



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

MESTRADO EM TURISMO  
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EVENTOS

**CIDADE, CULTURA E TURISMO**

**O IMPACTO TURÍSTICO EM GUIMARÃES  
CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA 2012**

LILIANA DE CARVALHO SANTOS JULIÃO

Outubro de 2013

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

**CIDADE, CULTURA E TURISMO**

**O IMPACTO TURÍSTICO EM GUIMARÃES - CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA 2012**

Liliana de Carvalho Santos Julião

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, Especialização em Gestão Estratégica de Eventos.

**Orientação**

Professor Luís Portugal

Outubro de 2013

*“De uma forma geral, o património natural e cultural  
pertence a todas as pessoas. Cada um de nós tem o direito e a  
responsabilidade de compreender, apreciar e conservar os seus  
valores universais.”*

Carta Internacional do Turismo Cultural, México, Outubro de 1999

## AGRADECIMENTOS

A realização desta dissertação contou com a colaboração de diversas pessoas e entidades, a quem expresso os meus sinceros agradecimentos.

Ao Professor Luís Portugal por toda a disponibilidade, paciência e orientação.

Aos meus pais pelo apoio e amizade imprescindível.

À Cristina por toda a paciência e incentivo sem a qual seria difícil o arranque desta tese, bem como a continuação, a dura fase final e acima de tudo pela amizade.

À minha família e amigos por serem quem são, por me aturarem nos momentos mais stressantes e pelo incentivo e amizade.

Agradeço a todas as pessoas que demonstraram disponibilidade para me ajudar e que forneceram informação preciosa para a minha dissertação de tese: dos museus, dos hotéis, do Posto de Turismo de Guimarães, entre outros.

Ao Sr. Dr. Vereador da Câmara Municipal de Guimarães Amadeu Portilha que me forneceu um relatório executivo acerca da Capital Europeia da Cultura Guimarães 2012.

Ao Sr. Dr. Vítor Marques do Turismo de Guimarães pela conversa e esclarecimentos adicionais.

E por último à *Maggie*, à Margarida e ao Rui por estarem sempre presentes e por terem sempre a palavra certa.

A todos os que me apoiaram a contribuíram para a realização desta dissertação, o meu sincero e profundo Muito Obrigada.

Aqui, manifesto todo o meu apreço.

## RESUMO

O turismo cultural é um mercado turístico muito importante, que incluiu cerca de 40% do mercado turístico internacional. É visto como uma forma de salvaguarda do património, da preservação da identidade, cultura, tradição e herança de um povo.

As cidades são parte importante neste cenário, elas têm um papel importante na história e na cultura, possuem a capacidade de envolver a comunidade e promover a coesão social. Contextualizando numa época pós-industrial, são muitas as cidades europeias que redefinem o seu futuro apostando na cultura e nas artes, encarando estas como um meio de regeneração do espaço urbano e do desenvolvimento económico da cidade. Apostam assim em eventos culturais e desportivos.

De entre os grandes eventos culturais internacionais que atraem atenção e seduzem turistas encontramos: a Capital Europeia da Cultura.

A presente dissertação revela a crescente importância do turismo cultural, refletido no património histórico das cidades, fala-se na relação entre turismo e cultura, é analisado o turismo cultural, os seus produtos, o seu mercado, os perfis do turista cultural e as entidades relativas a esta tipologia de turismo, terminando o primeiro capítulo na controvérsia da gestão de Património Cultural vs. Turismo. A segunda parte abrange o tema Capital Europeia da Cultura, o evento cultural, os seus impactos, a cidade como espaço de produção de megaeventos e os megaeventos por elas produzidos, refletido na evolução da CEC e o seu impacto no turismo. O estudo passa assim para o impacto turístico da CEC em Guimarães 2012 e o seu papel como catalisador do rejuvenescimento de Guimarães.

**Palavras-chave:** património; cidade; cultura; turismo cultural; eventos culturais

## **ABSTRACT**

The cultural tourism is a very important tourism market, which includes about 40% of the international tourism market. It is seen as a way of safeguarding the heritage, the preservation of identity, culture, tradition and heritage of a nation.

Cities are an important part of this scenario, they have an important role in the history and culture, possess the ability to engage the community and promote social cohesion. Contextualizing in a post – industrial time, there are many European cities that redefine their future investing in culture and arts, seeing these as a means of urban regeneration and economic development of the city. Betting on sports and cultural events.

Among the major international cultural events that attract attention and seduce tourists are: the European Capital of Culture .

This dissertation reveals the growing importance of cultural tourism, heritage reflected in the cities, speaks on the relationship between tourism and culture, cultural tourism is analyzed, its products, its market, the profiles of the tourist and cultural entities concerning this type of tourism, ending the first chapter with the controversy of the heritage management vs tourism. The second part covers the topic European Capital of Culture, the cultural event, its impacts, the city as a space of production of mega-events and mega events produced by them, reflected in the evolution of the CEC and its impact on tourism. The study ends with the touristic impact of CEC in Guimarães 2012 and its role as a catalyst for the rejuvenation of the city.

**Key-words:** heritage; city; culture; cultural tourism; cultural events

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**ATC** – Atrações Turístico-Culturais

**ATLAS** – European Association for Tourism and Leisure Education

**CE** – Comunidade Europeia

**CEC** – Capital Europeia da Cultura

**CITC** – Carta Internacional do Turismo Cultural

**UE** – União Europeia

**ICOM** – The International Council of Museums

**ICOMOS** – International Council of Monuments and Sites

**IGESPAR** – Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico

**MICE** – Meetings, Incentives, Conferencing; Exhibitions

**OCDE** – Organization for Economic Co-operation and Development

**OMT** – Organização Mundial do Turismo

**ONG** – Organização Não Governamental

**PENT** – Plano Estratégico Nacional de Turismo

**STCMG** – Serviço de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães

**TC** – Turismo Cultural

**TEC** – Turistas Culturais específicos

**TP** – Turismo de Portugal

**UNESCO** – United Nations Education Science Organization

**UNFPA** – United Nations Population Fund

**UNWTO** – World Tourism Organization

## ÍNDICE GERAL

ÍNDICE DE TABELAS .....	III
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IV
ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES.....	IV
INTRODUÇÃO.....	1
1.1.Enquadramento Geral.....	1
1.2.Objetivos do estudo .....	3
1.3.Metodologia de pesquisa.....	4
1.4.Estrutura da Dissertação.....	6
PARTE I – DO TURISMO À CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA .....	7
Capítulo 1 - 'TURISMO CULTURAL .....	8
1.1.Turismo, Património e Cultura .....	8
1.2. Produtos, mercado, perfis e entidades no Turismo Cultural .....	21
1.3.Gestão de Património Cultural vs. Turismo .....	40
Capítulo 2 – CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA.....	45
2.1. O Evento Cultural - Capital Europeia da Cultura.....	45
2.1.1.Eventos e os seus impactos .....	45
2.1.2. A cidade como espaço de produção de eventos culturais.....	48
2.2. Evolução da Capital Europeia da Cultura .....	52
2.3. Impacto da C.E.C no Turismo .....	60
PARTE II – C.E.C. GUIMARÃES 2012, O ANTES O DURANTE E O DEPOIS .....	62
Capítulo 3 - C.E.C. GUIMARÃES 2012 – IMPACTO TURÍSTICO.....	63
3.1. Um breve zoom sobre Guimarães .....	63



3.2. CEC Guimarães 2012 – o seu papel como catalisador do rejuvenescimento de Guimarães .....	73
3.3. Pressupostos metodológicos, objetivos e breve caracterização da amostra ...	79
3.4. Entrevistas exploratórias e resultados .....	87
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	92
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	95
ANEXOS.....	1
Anexo 1 – Entrevistas .....	1

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Subprograma «Turismo e Património Cultural» (1994-1999).....	11
Tabela 2 - Os Princípios da Carta Internacional do Turismo Cultural.....	16
Tabela 3 - Os 4 Ps da sustentabilidade do turismo cultural .....	22
Tabela 4 - Lista de atrações turísticas culturais, segundo Ignarra.....	23
Tabela 5 - Inventário geral dos recursos turísticos portugueses .....	25
Tabela 6 -Tipologia de recursos de turismo cultural portugueses .....	25
Tabela 7 Volume total internacional do turismo cultural .....	26
Tabela 8 - Lista do Património Mundial em Portugal.....	32
Tabela 9 - Cartas e Convenções Internacionais sobre Património .....	37
Tabela 10 - Comparação entre a Gestão do Património Cultural e o Turismo.....	41
Tabela 11 – Classificações de eventos.....	46
Tabela 12- Capitais Europeias da Cultura.....	58
Tabela 13 - Diversos temas sugeridos e utilizados para Capitais Europeias da Cultura .....	59
Tabela 14 - Locais visitados por estrangeiros, por país de origem - Agosto 2012....	80
Tabela 15- Despesa da Câmara Municipal de Guimarães em cultura e desporto, em 2011.....	69
Tabela 16 - Investimento Público na CEC Guimarães 2012 .....	71
Tabela 17 - Oferta de estabelecimentos hoteleiros em Guimarães .....	82
Tabela 18- Indicadores da procura hoteleira em Guimarães .....	84

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Evolução do Turismo.....	10
Figura 2 - As quatro dimensões do turismo cultural segundo .....	14
Figura 3 - Estatística das motivações do turismo recetor (2006) .....	18
Figura 4 - A Complementaridade no Turismo Cultural .....	20
Figura 5 - Grau de Motivação do Turista Cultural.....	27
Figura 6 - As Entidades no Turismo Cultural.....	30
Figura 7 - Indicadores relacionáveis entre o património e o turismo .....	35
Figura 8- Programação da CEC 2012, por tipo .....	78
Figura 9 - Visitantes aos postos de turismo por origem, 2009 a 2012.....	83
Figura 10 - Visitantes aos postos de turismo, 2005 a 2012 .....	84

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 - Entidades relativas ao Turismo Cultural.....	39
Ilustração 2 - Mapa de Guimarães e localização de Guimarães em Portugal .....	63
Ilustração 3 - Símbolo da CEC Guimarães 2012.....	73
Ilustração 4 - Centro Cultural Vila Flor, Guimarães .....	78

# INTRODUÇÃO

## 1.1. Enquadramento Geral

“O turismo é um fenómeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, económica e cultural” (De la Torre, 1992, p.19)

Segundo Barretto (2006) são diversas as definições de turismo que têm surgido ao longo dos anos, em que os elementos mais importantes de todas as definições são o tempo de permanência, o carácter não lucrativo da visita e a procura do prazer por parte do turista por livre e espontânea vontade.

“O turismo compreende as atividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros” Organização Mundial do Turismo (1991). Segundo a OMT o turismo é um dos principais setores socioeconómicos, político, cultural e ambiental a nível mundial. A indústria do turismo é das que estão em maior crescimento na Europa e no mundo (CE, 1997).

De acordo ainda com dados de 2006 da OMT, Portugal é um dos 20 maiores destinos turísticos do mundo. Em 2007 mais de 12 milhões de turistas visitaram Portugal, um valor superior até à população residente no país. O destino Portugal é reconhecido pelo turismo de sol e praia, pela sua gastronomia e pela herança cultural e patrimonial. O país também se tem vindo a afirmar cada vez mais no contexto mundial como um dos destinos principais para os praticantes de golfe, tendo vindo a aumentar o número de *resorts* e aldeias turísticas. De forma a intensificar o

reconhecimento internacional do nosso país, Portugal foi eleito o melhor destino do mundo para se viajar em 2013, pela prestigiada revista dedicada ao turismo de excelência *Condé Nast Traveller*, esta referiu que Portugal tem um “especial encanto que é visível nas tradições do país, com cidades que combinam a modernidade com o peso visível da história, paisagens e praias que nos reconciliam com a Natureza”. A revista apontou também razões como a autenticidade, as tradições, a combinação entre história, património e modernidade, a diversidade cultural e natural, e acima de tudo, o charme natural e a simpatia dos portugueses, o que levou a que Portugal liderasse o topo da “tabela”, deixando para trás os «cinco grandes pesos» do turismo: Argentina, Espanha, EUA, Itália e Tailândia.

Conforme o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) o *touring* cultural e paisagístico, ou turismo cultural aparece consagrado como um dos dez produtos estratégicos a apostar em Portugal.

Segundo a OMT (2004), o turismo cultural é visto como o mercado que mais cresceu a nível global e cresce mais de 5% ao ano do que o turismo global (UNWTO, 2007).

“O turismo cultural no sentido mais amplo seria aquele que não tem como atrativo principal um recurso natural. As coisas feitas pelo homem constituem a oferta cultural, portanto turismo cultural seria aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem” (Barretto, 2006)

No entanto, segundo Curado (1996) e Apud Palma (1991) o turismo cultural não deve ser generalizado à exploração e valorização da “pedra”, como edifícios, sítios e monumentos históricos, esta tipologia de turismo inclui também produtos e serviços, gastronomia, folclore, atrações populares, artesanato, eventos culturais, entre outros.

A OMT (1985) identifica o turismo cultural como sendo “o movimento de pessoas, essencialmente por motivos culturais, incluindo visitas de grupo, visitas culturais, viagens a festivais, visitas a sítios históricos e monumentos, folclore e peregrinação”.

A opção da Capital Europeia da Cultura Guimarães 2012 como caso de estudo, prende-se com o facto de este ter sido um evento muito recente, ao qual tive a oportunidade de assistir ao seu arranque, ao seu decorrer e agora ao seu imediato “após”; durante o qual realizei duas visitas à cidade, uma durante o evento e outra depois de este já ter terminado. Outra das motivações resulta do facto do turismo cultural ser uma tipologia de turismo cada vez mais em ascensão e começando por não só ser paralelo, mas também por vezes substituir o turismo de sol e praia que tanto caracteriza o nosso país.

A pertinência da realização desta dissertação, resulta da necessidade de medir o impacto turístico de um evento cultural como a Capital Europeia da Cultura, de proceder ao levantamento de diversos estabelecimentos hoteleiros, museus e analisar a opinião de entidades como a Região de Turismo do Porto e Norte de Portugal, a Câmara Municipal de Guimarães, o Posto de Turismo de Guimarães, bem como a já extinguida Fundação Guimarães.

## **1.2. Objetivos do estudo**

Pretende-se com esta dissertação, analisar o impacto turístico em Guimarães após a Capital Europeia da Cultura em 2012. Bem como, avaliar os impactos urbanos e socioeconómicos através de diversos indicadores. Neste sentido, como objetivos específicos destacam-se:

- Caracterizar a Capital Europeia da Cultura em Guimarães 2012 e o seu potencial turístico em Guimarães;
- Fazer um levantamento de todos os estabelecimentos hoteleiros e museus na cidade e posteriormente consultá-los de forma a obter respostas do contributo da CEC para a cidade;
- Visitar a cidade de Guimarães, bem como a grande maioria dos hotéis, museus e locais de importância turística, durante e após a CEC;

- Proceder ao estudo dos inquéritos e entrevistas exploratórias às unidades acima mencionadas e do relatório executivo realizado pela Universidade do Minho;
- Medir a crescente importância e valorização do património urbano e o facto do turismo cultural poder ser um caminho alternativo ou complementar ao turismo de sol & mar;
- Perceber se este tipo de organização tem efeitos positivos.

### **1.3. Metodologia de pesquisa**

Guimarães foi considerada Património Mundial pela UNESCO, em 2001, a cidade sempre foi virada para a cultura e em termos de oferta cultural os progressos têm sido notórios, ao longo dos últimos anos verificou-se um aumento significativo do número de espetáculos ao vivo no concelho. A Capital Europeia da Cultura Guimarães 2012 foi vista como uma oportunidade para promover a reconversão do tecido económico, assente na criatividade e na inovação, para reforçar a sua competitividade e a criação de emprego qualificado, através do desenvolvimento das indústrias culturais e criativas da cidade berço nacional.

E em Portugal face aos recursos culturais disponíveis temos condições para nos afirmarmos no domínio do turismo cultural urbano.

Neste sentido, o presente estudo foca-se nas seguintes premissas:

- Guimarães é uma das cidades do país com maior potencial de turismo cultural;
- Existe a necessidade de um levantamento e caracterização da Capital Europeia da Cultura Guimarães 2012 e o impacto turístico que um evento como este pode trazer a uma cidade;
- A divulgação da importância do Património Mundial em Portugal e de um grande evento associado a este cariz,

- A importância do turismo cultural, devido aos recursos culturais que dispomos para poder desenvolver esta tipologia de turismo em Portugal e poder dar-lhe a sua importância real.

É neste sentido, que este estudo pretende ajudar a responder à seguinte pergunta de partida:

- Qual o impacto turístico na cidade de Guimarães, após um evento como a Capital Europeia da Cultura?

Desta forma, julga-se pertinente a elaboração desta investigação, para poder chegar a considerações finais e dar resposta a esta questão.

Tendo em conta a pergunta de partida e as premissas, foram definidas as seguintes hipóteses de estudo:

- Guimarães é uma cidade com potencial turístico;
- A cidade tem potencial para atrair ainda mais turistas, quer nacionais, quer internacionais;
- A realização deste tipo de eventos tem efeitos positivos do ponto de vista económico e social na cidade.

No desenvolvimento da dissertação, após a revisão da literatura, foram desenvolvidos contatos e entrevistas exploratórias na cidade a entidades e organizações locais, com o propósito de avaliar o impacto turístico da CEC. Paralelamente, foi feito um inventário e posteriormente foram realizados inquéritos a estabelecimentos hoteleiros e a museus de forma a obter respostas do impacto da CEC nestes estabelecimentos.

Para análise do caso de estudo vamos analisar sobretudo o estudo realizado pela Universidade do Minho que revela os impactos, económicos e sociais da CEC.

Há que referir que este tipo de avaliação já tem sido apreendida noutras cidades, por outras entidades, como é o caso da comparação entre Liverpool e Marselha em “European Capitals of Culture and Everyday Cultural Diversity”.



## **1.4. Estrutura da Dissertação**

Em termos metodológicos e estruturais esta dissertação organiza-se em duas partes, na primeira parte é feita uma análise teórica mais conceptual e abrangente, em que foi realizada uma longa revisão de literatura, esta primeira parte divide-se em três capítulos. O primeiro capítulo é iniciado com o turismo cultural, definições deste, aborda também o património e cultura, passando pelos produtos, mercado e identidades no turismo cultural e terminando na gestão do património cultural vs. turismo. O segundo capítulo abrange o tema Capital Europeia da Cultura, que é posteriormente dividido em dois subcapítulos: no primeiro subcapítulo é estudado o evento cultural – Capital Europeia da Cultura, onde são vistos os eventos e os seus impactos e a cidade como espaço de produção de eventos culturais, o segundo subcapítulo fala sobre a evolução da CEC e o impacto que esta tem no turismo.

Já a segunda parte engloba a parte prática da dissertação e o estudo de caso em concreto: o impacto turístico em Guimarães - CEC 2012, em que se pretende fazer uma análise dos resultados obtidos através de inquéritos e contatos e entrevistas exploratórias, mas também de uma análise ao relatório executivo elaborado pela Universidade do Minho acerca dos impactos económicos e sociais deste evento. Nesta parte está contemplado um enquadramento histórico da cidade de Guimarães, o papel da CEC na cidade, de seguida são caracterizados todos os pressupostos metodológicos, os objetivos, uma breve caracterização da amostra e por fim as entrevistas exploratórias e respetivos resultados. Com esta análise é absorvida toda a informação relativa ao problema de investigação

## **PARTE I – DO TURISMO À CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA**

## Capítulo 1 - TURISMO CULTURAL

### 1.1. Turismo, Património e Cultura

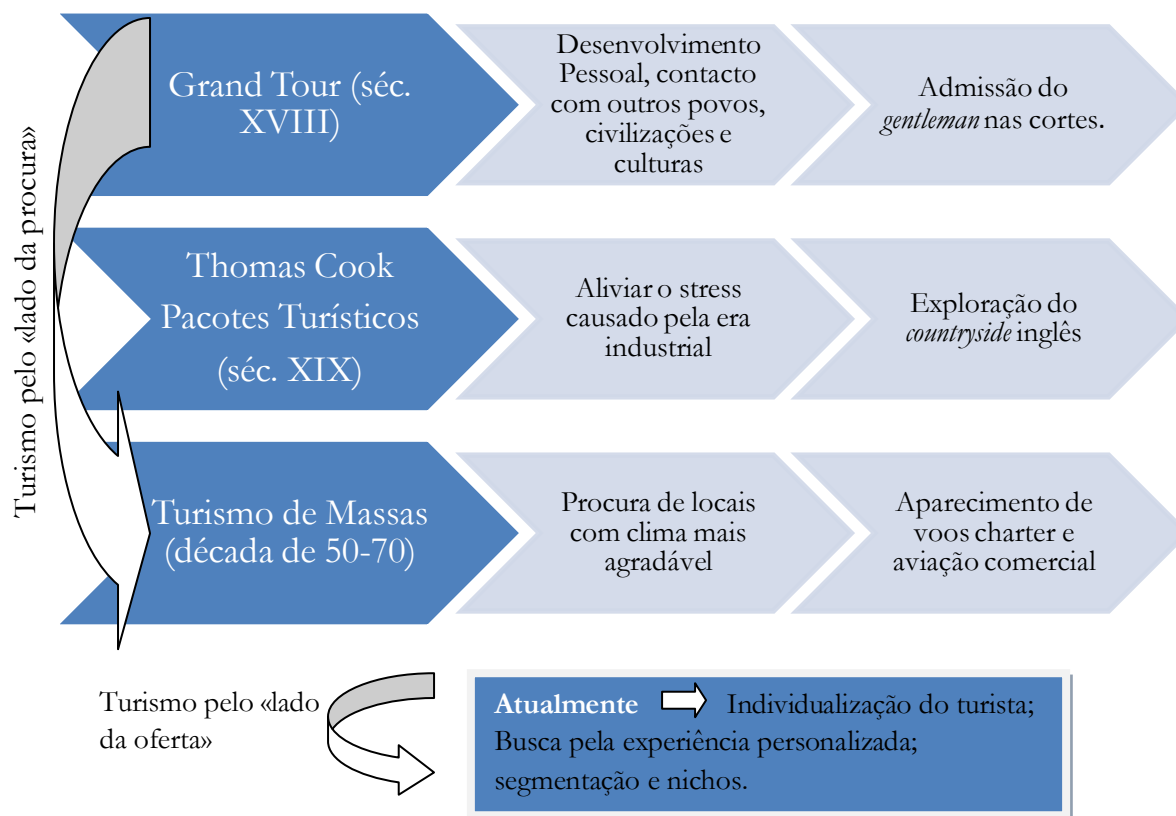
#### Relação entre turismo e cultura

O Turismo tem evoluído ao longo dos tempos, segundo (Costa, 2005) desde os primórdios do turismo, quer a nível nacional, quer internacional, as palavras civilizacional e cultural encontram-se fortemente presentes e são um dos principais elementos de motivação para que as pessoas se desloquem para locais fora da sua área de residência, para que dessa forma exista turismo. Por altura do *grand tour*, os jovens e ricos ingleses deslocavam-se em busca de arte, cultura e das raízes da civilização ocidental, o fator que motivava estes indivíduos a deslocarem-se encontrava-se relacionado com a necessidade de desenvolvimento pessoal, do contacto com outros povos, civilizações e culturas. Mas mais do que uma importância cultural superficial, a *grand tour* servia para que o *gentleman* pudesse ser admitido nas Cortes. Mais à frente, com a realização da primeira viagem de comboio e com o aparecimento dos pacotes turísticos criados por Thomas Cook, o objetivo principal encontrava-se na necessidade de aliviar o *stress* causado pelos modos de vida na época industrial, colocando as pessoas em ambientes rurais, onde era explorado o *countryside* inglês: as formas de vida que originaram a sociedade britânica. Também em Portugal as viagens realizadas possuíam um forte elemento cultural e civilizacional: eram maioritariamente deslocações efetuadas por elementos pertencentes à corte e de forma geral eram feitas com o objetivo de autorrecreação e formação educacional e intelectual. De seguida, com o aparecimento do turismo de massas, logo após a década de 50, os objetivos das deslocações de pessoas eram muito semelhantes, tendo sido acrescentado o propósito da procura de locais com um clima mais agradável, privilegiando-se o Mediterrâneo e as Caraíbas. Mais uma vez havia a necessidade de encontro com outra civilização, povo ou estilo de vida.

Com este tipo de turismo foi desenvolvida a aviação comercial e a criação das operações *charter*.

A presença de uma vertente maioritariamente sociocultural no turismo encontra-se também na forma como este fenómeno está definido, de acordo com Costa (2005) até ao final da segunda metade do século XX o turismo foi exclusivamente definido pelo lado da procura, citando Mathieson e Wall (1982) que definem turismo como sendo o movimento de pessoas para fora das suas áreas de residência habitual por períodos não inferiores a 24 horas, sendo que essas mesmas pessoas geram impactos nos destinos, a nível da cultura, do património e da sociedade. Igualmente Murphy (1985) define turismo na relação e impacto entre os modelos sociais e civilizacionais dos turistas e das comunidades que os recebem. Por último Leiper (1979) define que o turismo envolve três sistemas: os geradores de turismo, as regiões em trânsito e as regiões destino, em que segundo Leiper a grande questão do turismo centra-se no sistema recetor, como tal o destino, aquele que recebe o turista, no qual existem os fatores sociais, culturais, patrimoniais, ambientais e políticos.

Apesar da predominância do «lado da procura», tem-se vindo a assistir a uma forte tendência, introduzida pela OMT, para que o turismo passe a ser visto pelo «lado da oferta». Este desenvolvimento vem no sentido de ser reconhecido o valor real do turismo em termos de atividade económica, bem como o verdadeiro peso que este tem na balança de pagamentos nacional e internacional. Segundo Smith (1989) o turismo deve ser visto como um agregado de atividades de negócios que fornecem bens ou serviço que suportam as atividades de lazer e recreio realizadas pelas pessoas fora dos seus locais de residência: linhas aéreas, hotéis, restaurantes, operadores turísticos, agências de viagens, entre outros. Bem como atividades não turísticas como táxis, supermercados, etc.



Fonte: Elaboração própria, com base em Costa (2005)

**Figura 1 - Evolução do Turismo**

Segundo Moletta (1998) é considerado que o turismo cultural é o acesso a um património cultural, ou seja, à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade. Como tal, o turismo cultural não é apenas a busca do lazer e repouso, mas caracteriza-se pela motivação do turista em conhecer regiões onde o seu alicerce esteja baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e nas suas manifestações culturais, históricas e religiosas. O turismo cultural tem a função de estimular os fatores culturais numa localidade e é uma forma de fomentar os recursos existentes para atrair visitantes e aumentar o desenvolvimento económico de uma região turística. A cultura vista como atrativo turístico é considerada uma atividade económica de importância global, que engloba elementos económicos, sociais, culturais e ambientais. Segundo Santos & Antonini (2003) o turismo cultural é um dos fenómenos mais importantes dos últimos tempos, pois proporciona o contato com diferentes culturas, a experiência de diferentes situações, o

conhecimento de variados ambientes e a observação de diferentes paisagens. E isto possibilita a globalização da cultura. O setor turístico cultural deve também assegurar às gerações futuras, o acesso a recursos deste mesmo setor.

Claramente o turismo e a cultura estão fortemente interligados e o sucesso individual de cada um depende da relação de um com outro. Segundo Ferreira (2003) até mesmo em regiões de turismo de massas os turistas procuram e consomem manifestações culturais e patrimoniais. Esta mesma investigadora partiu da pergunta de partida, e comprova-a, de que os turistas de massas são «consumidores» de património e cultura, porque estes turistas são na sua maioria provenientes de países com nível educacional elevado, como por exemplo França, Alemanha, Holanda e Espanha.

O governo português tem vindo a criar também importantes programas que intensificam esta ligação entre turismo e cultura, como o Quadro comunitário de Apoio (QCA) que conduziu à criação do subprograma «Turismo e Património Cultural»:

Subprograma «Turismo e Património Cultural» (1994-1999)				
Medidas	Designação	Entidade	Fundo	Investimento Total (milhões de euros)
1	Modernização e diversificação da oferta turística de alojamento e animação	IFT	FEDER	989,6
2	Alojamento turístico em edifícios histórico-culturais	ENATUR	FEDER	68,3
3	Formação dos profissionais do turismo	INFT	FSE	62,3
4	Valorização do património cultural	Ministério da Cultura	FEDER	39,4
5	Museus e outros equipamentos culturais	Ministério da Cultura	FEDER	77,3
6	Turismo juvenil	IPJ	FEDER	23,4
Total .....				1 258,3

FONTE: QCA II – Relatório Final 1994-1999 – Programa Operacional: Modernização do tecido económico, Janeiro 2003

**Tabela 1 - Subprograma «Turismo e Património Cultural» (1994-1999)**

Este subprograma incentivou a que se associassem atividades ligadas ao turismo e ações ligadas à cultura e ao património, em que foram designadas várias medidas geridas por diversas entidades com objetivos como a valorização do património cultural, o apoio na oferta de alojamento. Podemos também salientar que no final da década de 90 foi assinado um protocolo de cooperação entre as secretarias de Estado do Turismo e da Cultura com o objetivo de existir uma maior articulação nos projetos desenvolvidos em conjunto por estes dois departamentos governamentais.

## **Turismo Cultural**

Existem diversas definições de vários autores e organizações para turismo cultural, a Organização Mundial do Turismo utiliza duas definições para turismo cultural, uma mais técnica («*narrow*»), que permite identificar o turista cultural quando se pretende investigar este segmento e apresenta outra definição mais conceptual («*wide*»):

A definição *narrow* inclui movimentos de pessoas essencialmente por motivações culturais tal como visitas de estudo, performances e *tours* culturais, viagens para outros países para usufruir de festivais e outros eventos culturais, visitas a locais e monumentos, viagens para estudar a natureza, entre outros. Enquanto que a definição *wide*, para contrastar, é o movimento de pessoas, pela necessidade de satisfazer as necessidades humanas de diversidade, querer atingir um certo nível cultural, aumentar o conhecimento e cultura, tal como aumentar as suas experiências e encontros.

Segundo Bucho (2010) o turismo consiste na deslocação de pessoas com o objetivo de usufruírem do património, seja este natural – praia e parques naturais, por exemplo – ou cultural – os centros históricos, monumentos, museus, gastronomia, entre outros. Podemos dizer que à cultura pertence tudo o que tem intervenção humana, a mão do Homem.

Como indústria, o turismo é um serviço altamente impulsionado. O turismo providencia produtos e serviços para as pessoas participarem em atividades em determinado sítio fora da sua área de residência. De acordo com Leiper (1979) a indústria do turismo consiste em todas as empresas, organizações e facilidades que estão preparadas para servir as necessidades e desejos do turismo. Uma forma mais explícita de descrever o turismo é considerá-lo “...uma representação sumária das atividades industriais e comerciais e serviços total ou principalmente consumidos por visitantes estrangeiros ou por turistas domésticos” (Ritchie and Goeldner, 1994, p.72) Ao contrário das outras indústrias, que têm os seus próprios produtos distintos, o turismo normalmente contém múltiplos produtos ou serviços, e por sua vez estes envolvem a cooperação de diversos fornecedores. Por exemplo, um pacote de férias pode incluir serviços providenciados por agentes de viagens, companhias aéreas, hotéis, restaurantes e outros serviços relacionados. Contudo cada um desses negócios individualmente contribui para desenvolver o produto turístico, nomeadamente – o pacote de férias. Um negócio individual não pode providenciar sozinho todo o produto. Tal como Seaton e Bennett (1996, p.4) fizeram notar: “O turismo não é um mercado homogêneo, assim como por exemplo, o mercado para cereais, carros ou comida de gato. É um setor heterogêneo que consiste em vários campos de produtos, embora tendo todos eles um certo grau de ligação”

Segundo Bucho (2010) até que a praia fosse considerada um destino turístico não elitista, o que só aconteceu em meados do século XX, o turismo era por natureza: o cultural.

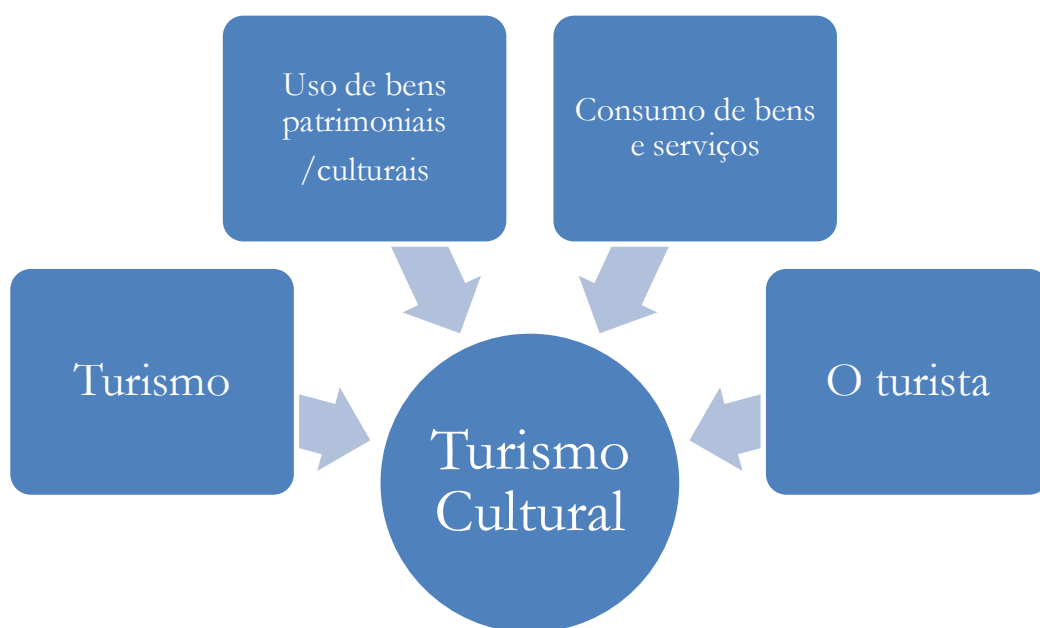
O termo “turismo cultural” tem vindo a ser utilizado indistintamente com “património turístico”. Contudo, um número de investigadores tentou definir turismo cultural, aproximando-o através de uma série de formas alternativas. Um dos conceitos mais conhecidos para a definição de turismo cultural foi dada por Richards (1997, p.24), que definiu que turismo cultural é o movimento de pessoas para atrações culturais, longe do seu normal local de residência, com a intenção de reunir novas informações e experiências, de forma a satisfazer as suas necessidades culturais. Contudo Richards deu também um conceito técnico para turismo cultural, declarando que o turismo cultural inclui todos os movimentos de pessoas até



atrações especificamente culturais, tais como locais de património cultural, manifestações artísticas e culturais, espetáculos de arte e drama fora do seu local normal de residência.

De acordo com Silberberg (1995, p.361) o turismo cultural é definido como visitas de pessoas fora da comunidade de acolhimento motivadas totalmente ou em parte pelo interesse histórico e cultural, científico, pelo “lyfestyle” ou pelo património oferecido por uma comunidade, região, grupo ou instituição.

Para McKercher e Du Cros (2002) existem várias definições de turismo cultural segmentadas entre: definições derivadas de turismo, definições motivacionais, definições experimentais ou aspiracionais e definições operacionais. Defendem também que o turismo cultural é composto pelos seguintes quatro elementos:



Fonte: Elaboração própria, adaptada de (McKercher e Du Cros, 2002)

**Figura 2 - As quatro dimensões do turismo cultural segundo McKercher e Du Cros**

Estes autores referem-se ao turismo cultural como uma forma de turismo que primeiramente deve ser baseada em razões comerciais e só depois em questões de gestão do património. Os bens patrimoniais devem ser identificados e conservados pelo seu valor intrínseco ou pela relevância para a comunidade em vez do seu valor como atração turística. Desta forma os bens patrimoniais devem ser transformados em produtos de turismo cultural para que possam ser consumidos pelo turista. Este turista, de acordo com McKercher e Du Cros (2002) é visto como aquele que viaja para aprender, experienciar ou explorar.

Finalmente a Organização Mundial do Turismo (1985, p.131) define turismo cultural também focado nas motivações da viagem do turista. Segundo a OMT o turismo cultural inclui os movimentos de pessoas essencialmente por motivações culturais, tais como: visitas de estudo, performances de artes, viajar até festivais ou eventos culturais, visitar locais e monumentos, viajar para estudar a natureza, o folclore, a arte ou peregrinações.

“Hoje em dia o turismo cultural parece ser onnipresente e aos olhos de muitos parece ter vindo a tornar-se também onnipotente. É o «santo graal» do turismo de qualidade que se interessa pela cultura que consome enquanto cultiva o consumidor.” (Richards, 2007)

No entanto, para além de todas as motivações que levam os turistas a consumir cultura não nos podemos esquecer que: “O turismo cultural implica, além da oferta de espetáculos e eventos, a existência de um património cultural que é representado por museus, monumentos e locais históricos” Rodrigues, (2002)

Segundo a Carta Internacional do Turismo Cultural (1999) o Património é um conceito amplo que inclui o ambiente natural e o cultural, que abrange locais históricos, paisagens, sítios e ambientes construídos, mas inclui igualmente a biodiversidade, coleções, práticas culturais passadas, conhecimentos e experiências vividas. Regista e exprime todo o desenvolvimento histórico, dando forma à essência de diversas entidades, sejam elas nacionais, regionais, indígenas e locais. O património e a memória coletiva de cada localidade ou região ou de cada comunidade é insubstituível e é fundamental para o desenvolvimento, quer

atualmente, quer no futuro. Numa época como a atual, de globalização, é muito importante a proteção, conservação e apresentação do património e da diversidade cultural de qualquer lugar em particular para todas as pessoas em geral. No entanto, a gestão desse património, apesar de centrado num enquadramento de normas internacionalmente reconhecidas e aplicadas, é da responsabilidade da comunidade. Segundo a CITC (1999) um dos objetivos principais da gestão do património é a comunicação do seu significado e importante necessidade da sua conservação para a sua comunidade residente e também para os visitantes/turistas. O acesso ao património, razoável e bem gerido é tanto um direito, como um privilégio.

<b>Princípio 1</b>	Como o turismo doméstico e internacional estão entre os principais veículos das trocas culturais, a conservação deve proporcionar oportunidades responsáveis e bem geridas para os membros da comunidade residente e para os visitantes experimentarem e compreenderem em primeira mão o património e a cultura dessa comunidade.
<b>Princípio 2</b>	O relacionamento entre os Sítios Património e o Turismo é dinâmico e pode envolver valores em conflito. Ele deve ser gerido de uma forma sustentada para as gerações atual e futuras.
<b>Princípio 3</b>	A Conservação e o Planeamento do Turismo para os Sítios Património deve garantir que a Experiência do visitante valha a pena, seja satisfatória e agradável.
<b>Princípio 4</b>	As comunidades residentes e os povos indígenas devem ser envolvidos no planeamento para a conservação e para o turismo.
<b>Princípio 5</b>	As atividades do turismo e da conservação devem beneficiar a comunidade residente.
<b>Princípio 6</b>	Os programas de promoção do turismo devem proteger e valorizar as características do Património Natural e Cultural.

Fonte: Carta Internacional do Turismo Cultural (1999)

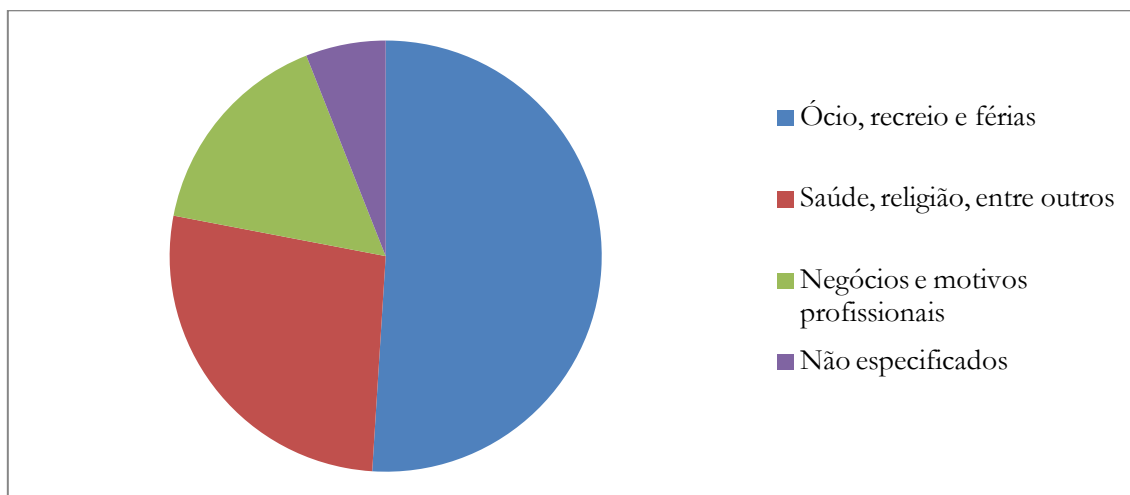
**Tabela 2 - Os Princípios da Carta Internacional do Turismo Cultural**

“O turismo doméstico e internacional continua a estar entre os veículos mais importantes para as trocas culturais, proporcionando uma experiência pessoal, não só sobre aquilo que sobreviveu do passado, mas sobre a vida e a sociedade contemporânea dos outros. Ele é crescentemente apreciado como sendo uma força positiva para a conservação natural e cultural. O turismo pode capturar as características económicas do património e dedicá-las à conservação, gerando fundos, educando a comunidade e influenciando a política. É uma parte essencial de muitas economias nacionais e regionais, e pode ser um importante fator no desenvolvimento, quando gerido com sucesso.” CITC (1999)

Ainda de acordo com a CITC (1999) para se conseguir uma indústria de turismo sustentável e para se valorizar a proteção do património para as futuras gerações é imprescindível o envolvimento e a cooperação da comunidade local, dos proprietários, dos conservacionistas, dos operadores turísticos, dos autores de políticas, das pessoas que realizam os planos de desenvolvimento nacional e dos gestores dos sítios. Só assim o turismo trará benefícios às comunidades residentes e lhes irá proporcionar meios e motivações para poderem cuidar e manter o seu património e as suas práticas culturais.

Segundo Bucho (2010) existe uma grande dificuldade de transmitir o turismo cultural em números, pois se cultura é tudo aquilo que não pertence exclusivamente à Natureza, ou seja, se é tudo aquilo que tem, direta ou indiretamente, a mão do Homem, então as atrações, destinos, produtos, práticas culturais são largamente maioritárias. Assim definido o turismo cultural, o resultado é demasiado abrangente, não permite análises finas e conclusões detalhadas. Por outro lado o turista que visita um determinado país pratica, simultaneamente, diferentes tipologias de turismo, mesmo que a sua motivação principal seja uma atração do património natural, como por exemplo, a praia; aliás muitas vezes são atrações culturais paralelas à praia, que atuam como fator diferenciador, potenciador e por vezes determinante de destinos deste tipo. Por último as estatísticas fornecidas pela generalidade das atrações culturais como monumentos, museus, exposições ou festivais não estabelecem as imprescindíveis diferenças entre visitantes estrangeiros e nacionais, e entre turistas, excursionistas e residentes locais.

Apesar destas dificuldades a OMT estima em 37% as viagens internacionais motivadas pelo turismo cultural, este número corresponde a uma fatia considerável do turismo total, uma vez que estão considerados apenas os turistas estrangeiros.



Fonte: OMT, 2006

**Figura 3 - Estatística das motivações do turismo recetor (2006)**

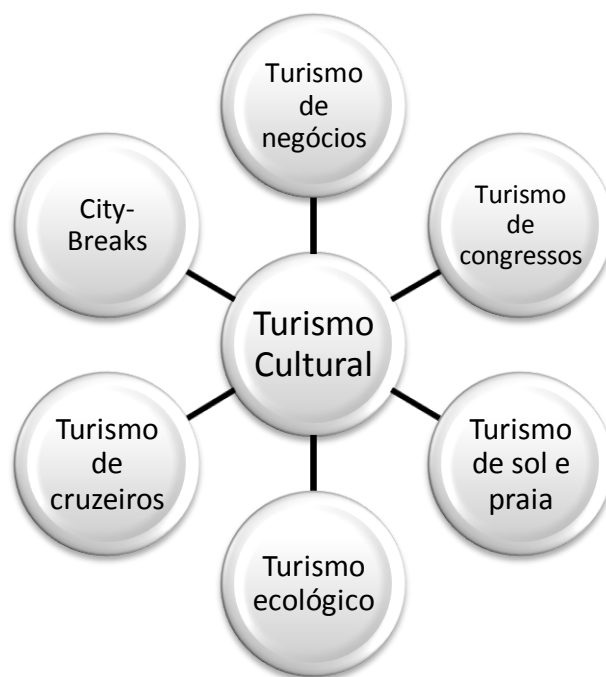
De notar que os 37% da OMT referidos acima correspondem a 72.5% dos 51% atribuídos a “ócio, recreio e férias”.

Ainda segundo a OMT, em Portugal o museu mais visitado é o Museu Nacional dos Coches, em Lisboa, das nossas atrações monumentais, as que recebiam em 1999 mais visitantes eram o Mosteiro dos Jerónimos, o Palácio Nacional de Sintra, o Mosteiro da Batalha e a Fortaleza de Sagres.

Podemos clarificar então que o Turismo Cultural não é tão pequeno quanto os números indicam, este tipo de turismo encontra-se diluído noutros tipos de turismo. O turismo de MICE (meetings, incentives, conventions, exhibitions), que exige equipamentos adequados, tem frequentemente lugar numa cidade/região que, para além do motivo principal da deslocação, que pode ser profissional, apresenta um potencial de lazer/fruição do património muito atrativo, que, sendo aparentemente uma motivação secundária para a inscrição de participantes, pode, realmente, apresentar, uma atratividade superior à do evento em si. (Bucho, 2010)

De acordo com Dominguez (s.d.) relação entre cultura e turismo tem feito parte de políticas com o objetivo de animar a atividade turística em muitas cidades. Em áreas onde prevalece o turismo de sol e praia, como já foi mencionado mais acima, a cultura tem vindo a ganhar espaço, ao que muitos investigadores consideram que é insuficiente para a prática de turismo. A cultura está-se a converter numa motivação de viagem para os turistas, identificando-se mais com os valores em torno das expressões culturais de cada zona geográfica, visitando o seu património. É então proporcionado ao turista a riqueza cultural de uma cidade, uma vantagem comparativa e competitiva com potencial para desenvolvimento. Por outro lado é importante considerar o turismo cultural como uma variável estratégica e importante alternativa do papel turístico, que pode contribuir e mudar a sazonalidade do setor, um dos seus principais *handicaps*, e preparar a futura “abertura” de novos mercados.

Ainda citando Dominguez (s.d.) o carácter variado das motivações do turista conferem uma grande vantagem ao turismo cultural, ao que este aparece como produto complementar em muitas das modalidades turísticas que existem atualmente. O turismo cultural aparece vinculado a outras tipologias onde os turistas realizam de forma complementar uma despesa cultural, por exemplo durante um *city-break* o objetivo principal do turista acaba por ser a maior parte das vezes conhecer o património do destino escolhido e a cultura que este transmite. Se entendermos a cultura num sentido amplo – o interesse por objetos e formas de vida de outros povos – a maior parte dos turistas consomem em algum momento produtos culturais, tal como todos os destinos turísticos oferecem de uma forma ou outra alguma oferta cultural.



Fonte: Elaborado pela própria, de acordo com o artigo: "Potencialidades del Turismo Cultural para el desarrollo turístico en las ciudades", Domínguez (s.d.)

**Figura 4 - A Complementaridade no Turismo Cultural**

O turismo de negócios por exemplo, de acordo com (Domínguez, s.d.) tem como principal motivação as reuniões de negócio e assistência a férias. Os turistas desta modalidade vinculam-se de alguma forma com a cultura, através do conhecimento geral do destino e dos seus recursos naturais, pela visita a um recurso natural concreto, adquirindo produtos tradicionais, entre outras atividades. Assim se sucede com outras tipologias turísticas, onde também se realizam atividades complementares que se vinculam ao turismo cultural: o conhecimento profundo da gastronomia, a visita a espaços naturais, a aquisição de artesanato e produtos tradicionais, o conhecimento de costumes e folclore, a forte interação social e cultural no destino, a assistência a atos e festas culturais, a visita a monumentos e museus, ou a visita a um recurso cultural concreto. Então podemos considerar que a realização do turismo cultural não só implica a participação daqueles viajantes que se mostram motivados pelo desejo de se pôr em contacto com outras culturas e conhecer mais da sua identidade, mas também podem estar motivados por uma

segunda alternativa de recreio ou entretenimento enquanto se participa noutras modalidades turísticas.

Lópes Nieves (2008) conclui que o turismo cultural: facilita o aparecimento de novos produtos nas cidades; permite o estabelecimento de formas de aproveitamento turístico fora de época, ou seja, em períodos de época baixa; oferece a possibilidade de desenvolvimento de novos destinos e consumos complementares aos destinos tradicionais; responde à crescente segmentação do mercado; satisfaz necessidades de férias de curta duração e de custo reduzido; proporciona uma maior satisfação a segmentos de mercado ativos; e adiciona valor à experiência turística.

## **1.2. Produtos, mercado, perfis e entidades no Turismo Cultural**

### **Produtos e mercado do turismo cultural**

Segundo Mathieson e Wall, 1982, os turistas são motivados a fazer as suas deslocações de acordo com diversos fatores de interesse, em que as mais importantes e significativas são as que dizem respeito a fatores sociais, culturais, patrimoniais, ambientais e económicos.

Já observando em concreto Portugal, segundo um estudo realizado pela Gfk Metris, em Agosto de 2012, que se debruça na “Avaliação da Satisfação dos ‘Turistas’” através de uma abordagem aos turistas de Verão que entram em Portugal por via aérea, a oferta natural e cultural destaca-se como ”ponto forte” de Portugal, com uma percentagem de 84%, sendo o indicador com maior satisfação por parte dos turistas estrangeiros. (Group, 2012)

De facto, segundo Bucho (2010) as motivações de quem viaja são as mais diversas, mas o resultado final é um grande incremento da aproximação intercultural. E aquilo que mais motiva a deslocação de pessoas para os destinos são os «choques» culturais, em que por um lado apesar de assistirmos a uma globalização e em que há uma tendência para criar *standards* nos mais diversos cenários, por outro lado existe uma clara procura pela autenticidade, pela identidade cultural de cada local, de forma



que ao se deslocar para outro sítio, o turista esteja a sentir uma diferenciação na oferta.

Segundo Munsters (2004) o produto turístico específico – turismo cultural – é composto pelo *core product* ou motivação cultural, como um museu, monumento ou evento; e os serviços específicos de turismo cultural. O produto adicional a este é constituído pelos elementos turísticos *stakeholders* e pelos serviços turísticos adicionais, como organizações, associações de turismo, operadores turísticos, agências de viagem, hotelaria e restauração e infraestruturas de transporte. Munsters (2004) identifica “4 Ps” da sustentabilidade do turismo cultural:

Preservação	O turismo cultural sustentável é “ <i>culture-friendly</i> ” garantindo a preservação do Património Cultural, seja um monumento ou carácter de autenticidade de um evento cultural.
População	Maximizar as vantagens sócio culturais e económicas das populações locais.
Público	Otimizar as férias do turista permitindo uma experiência satisfatória e enriquecedora.
Proveito	Maximizar a longo prazo os lucros e a continuidade da atividade turística.

Fonte: elaboração própria, através de Munsters, 2004

**Tabela 3 - Os 4 Ps da sustentabilidade do turismo cultural**

Enumero igualmente uma listagem de atrações turísticas do mercado do turismo cultural, baseada no modelo apresentado por Ignarra (2001):

<b>Tipos</b>	<b>Subtipos</b>
<b>Monumentos</b>	Arquitetura civil, religiosa, industrial, militar ruínas, esculturas, pintura
<b>Sítios</b>	Sítios históricos, arqueológicos e científicos
<b>Instituições e Estabelecimentos de pesquisa e lazer</b>	Museus, bibliotecas, Institutos históricos e geográficos, Centros de Ciência Viva, Planetários e Oceanários
<b>Tradições e Manifestações Culturais</b>	Festas, Comemorações, Atividades religiosas, culturais, populares e folclóricas, comemorações cívicas, gastronomia típica, feiras e mercados
<b>Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas</b>	Jardins Zoológicos, Barragens, Edifícios para Arqueologia Industrial
<b>Eventos e Acontecimentos Programados</b>	Feiras, Congressos e Convenções, Eventos desportivos, artísticos, culturais, sociais, religiosos, gastronómicos e musicais

Fonte: Ignarra (2001)

**Tabela 4 - Lista de atrações turísticas culturais, segundo Ignarra**

De acordo com Carvalho (1996) o Plano Nacional de Turismo em Portugal reconhece que um plano integrado de turismo requer uma série de recursos e um papel desempenhado por esses recursos a nível nacional e regional. De forma a atingir esta necessidade, o Plano incorpora uma criação de um registo de recursos turísticos. Este inventário deve facilitar o plano turístico e regional, providenciando um acesso ao potencial turístico para cada região e pode ser utilizado para desenvolver atividades promocionais e investimentos turísticos. Os recursos turísticos definidos no Plano incluem “todos os elementos naturais, atividade humanas ou produtos capazes de atrair turistas e ocupar o seu tempo livre”. Eles foram classificados de acordo com o seu uso por turistas e segundo a natureza do recurso. Os recursos turísticos foram considerados a ser utilizados em turismo transitório ou em turismo permanente e como sendo recursos culturais, naturais ou de recreação. Os recursos culturais foram definidos consistindo em “todos os elementos criados pelo homem refletindo a sua história e sendo capazes de atrair e motivar a viagem”. O património cultural é levado a providenciar uma forte motivação para o fluir do turismo e determina uma larga extensão do potencial turístico em locais com tamanhos tesouros. O Plano Nacional de Turismo cita que “alguns eventos culturais especificamente portugueses são fundamentalmente recursos turísticos, não só como fatores de atração para nativos não residentes mas também como uma oferta turística para estrangeiros”.

Foi contudo, também reconhecido, que os recursos culturais podem sofrer de alguns problemas criados pela sua própria atratividade. O Plano assinala “a necessidade de prevenir alguns desgastes” de recursos culturais e os seus sérios problemas derivados a uma lacuna no planeamento, tal como a destruição de espaços ao ar livre, especulação imobiliária e a construção de edifícios turísticos não planeados. A valorização dos recursos de turismo cultural foi também proposta por defesa, proteção e aprimoramento de turismo cultural e rural.

Recursos Primários			Recursos Secundários	
Património	Atividades	Setores	Atividades	Setores
Natural	Culturais	Turismo	Gastronomia	Restaurantes
Artificial	Desportivas	Cultural	Clima	Estâncias
	Entretenimento	Turismo	Compras	termais e
	Negócios	Desportivo	Peregrinações	florestas
		Turismo de		Centros
		Negócios		comerciais
		Equipamentos		Locais
		Turísticos		anunciados
		Meios de		
		transporte		
		Infraestruturas		
		sociais		

Fonte: Elaboração própria, através de Carvalho, 1996

**Tabela 5 - Inventário geral dos recursos turísticos portugueses**

Património Cultural	Monumentos Artes Outros
Atividades Culturais	Religião Folclore Artes Ciência Atividades populares tradicionais
Recursos Culturais	Religião Folclore Espetáculos Ciência

Fonte: Elaboração própria, através de Carvalho, 1996

**Tabela 6 -Tipologia de recursos de turismo cultural portugueses**

## Perfil do turista cultural

Muitos têm sido os estudos para a determinação do perfil do turista que procura atrações culturais, continua a ser complexo defini-lo pois os turistas são muito diferentes e apresentam motivações heterogêneas. “O estudo do mercado do turismo cultural apresenta alguma complexidade uma vez que nesta área a literatura surge fragmentada, não existe uma definição consensual e um sistema uniforme de recolha de dados.” (Ferreira, 2007)

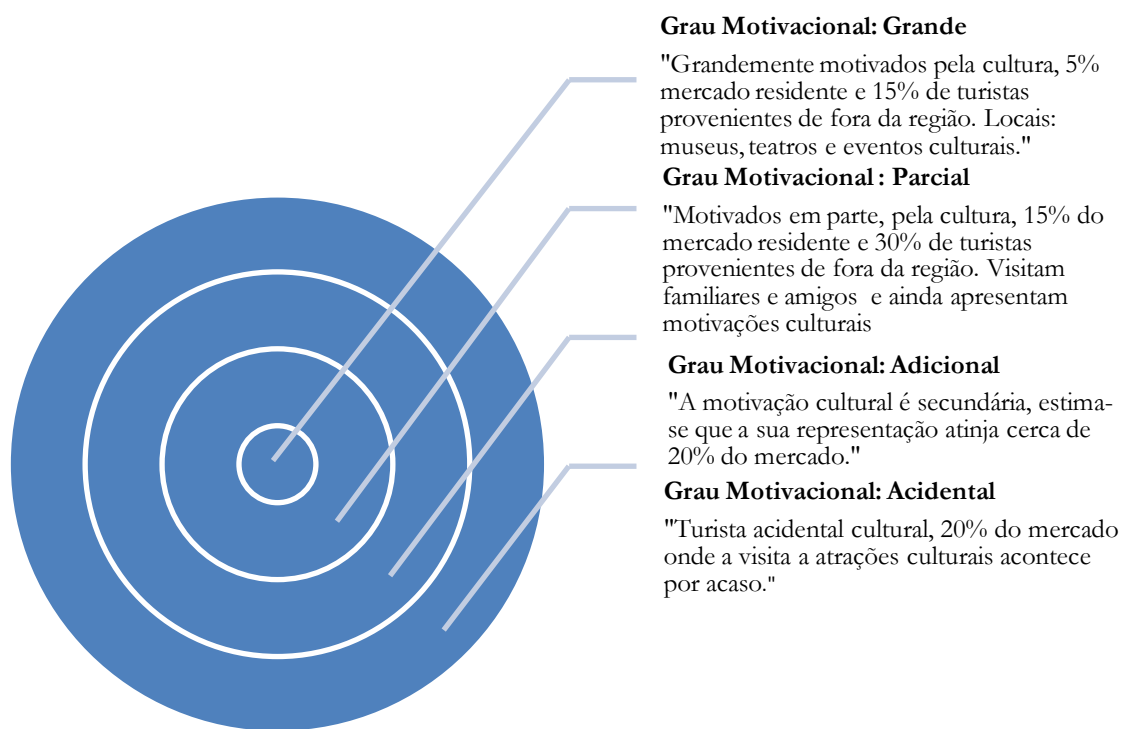
A OMT dá uma estimativa que dos turistas internacionais, 37% são turistas culturais. (Richards, 2007) O que podemos confirmar através do relatório da OCDE: “Impacto da cultura no turismo”:

Ano	Total de Chegadas Internacionais	Percentagem de viagens culturais	Total de viagens culturais
1997	538 Milhões	37%	199 Milhões
2007	898 Milhões	40%	359 Milhões

Fonte: OCDE e UNWTO

**Tabela 7 Volume total internacional do turismo cultural**

Silberberg (1995) desenvolveu um esquema onde podemos encontrar os vários graus de motivações no que toca ao consumo de turismo cultural, baseado num estudo desenvolvido em Ontário, Canadá (Ferreira, 2007):



Fonte: Silberberg (1995)

**Figura 5 - Grau de Motivação do Turista Cultural**

Segundo o projeto europeu de investigação sobre o turismo cultural, em que forma aplicados inquéritos a visitantes em diversos locais de interesse cultural em vários países, coordenado por Greg Richards, através da ATLAS chegou-se às seguintes conclusões:

- Os mercados emissores mais importantes são: USA, UK, Alemanha, França e Espanha.
- O nível educacional deste tipo de turista é mais alto (mais de 20% tem pós-graduações).
- Mais de 40% tinham idades compreendidas entre os 20 e os 29 anos.
- Em grandes cidades cosmopolitas, como Amesterdão, por exemplo, mais de metade dos visitantes tinham idade inferior a 30 anos.
- Cerca de 20% dos visitantes eram estudantes.

- Para 60% dos visitantes, a atração cultural que estavam a visitar tinha sido “importante” ou “muito importante” para a decisão de viajar e para mais do que 20% tinha sido “muito importante”.
- 59% dos inquiridos referiram que preferiam visitar museus ou monumentos históricos a outro tipo de atrações turístico-culturais.
- Mais de 40% dos turistas culturais específicos realizavam, pelo menos, uma viagem de *short holidays*, de pelo menos 3 noites, por ano, e estes apresentavam um maior consumo de atrações culturais e do turismo em geral do que outro tipos de turistas culturais.
- Segundo o *Tourist Board Report* (1988), 9% de todos os turistas foram considerados TCE.
- Os TCE têm geralmente um nível educacional mais elevado, viajam mais e são mais influenciáveis pelas ATC como motivação para a visita.
- Na Europa, um alto consumo cultural na região onde o TC habita é diretamente proporcional ao seu consumo de ATC em férias.
- 29% dos TCE trabalham em indústrias culturais (o dobro do que se verifica com os outros TC, ou turistas culturais “gerais”)
- Verificou-se a opinião de Ashworth’s (1992), segundo a qual os turistas preferem produtos culturais mais globalizados ou de importância cultural internacional.

Após chegar a estas conclusões, Richards (1992) diferenciou dois tipos de turistas culturais: os «específicos», que se deslocam propositadamente para visitar as atrações turístico-culturais e que se classificam como “importantes” ou “muito importantes” em termos de motivação para a escolha do destino; e os «gerais» que são os outros turistas culturais que não consideraram “importante” ou “muito importante” as ATC em causa, para se decidirem por aquele destino.

Por sua vez, Bob Mckercher e Hilary du Cros (2002) estabeleceram as seguintes tipologias do turista cultural: o «determinado» (*purposeful*), em que as ATC são a motivação principal para visitar um destino e é aquele que procura uma experiência profunda; o que «gosta de passear e observar despreocupadamente» (*sightseeing*) em que para ele as ATC são a principal ou a mais importante motivação, no entanto basta-lhe uma experiência superficial; o «interessado sereno» (*serendipitous*) que não viaja motivado por ATC mas, ao participar, acaba por ter uma experiência profunda; o «casual» (*casual*) que tem uma fraca motivação pelo turismo cultural e experiência superficial; e por fim o «acidental» (*incidental*) que não viaja motivado por ATC mas acaba por participar, acidentalmente em algumas atividades, tendo uma fraca experiência.

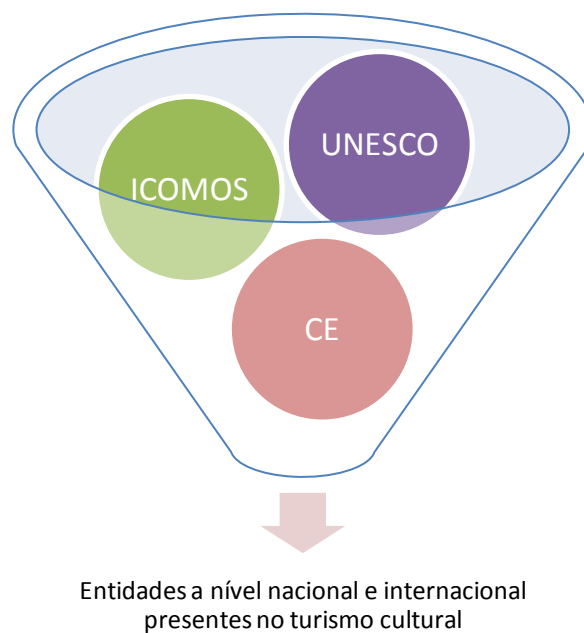
Tanto no projeto de Richards (1992), como no estudo de Mckercher e du Cros (2002) e no estudo de Silberberg (1995) as tipologias dos turistas culturais estão relacionadas com a motivação que as atrações turístico-culturais representam na escolha do destino.

Para finalizar Bywater (1993) identificou a segmentação do mercado do turismo cultural numa trilogia: o «turista culturalmente motivado», que é aquele que representa um segmento de mercado relativamente pequeno, que é atraído até um destino por motivos culturais e passam várias noites no local de destino; o «turista culturalmente inspirado», que tal como o nome indica, são inspirados por locais de interesse cultural e patrimonial e têm uma curta estadia no destino; e o «turista culturalmente atraído» que são aqueles turistas que realizam uma visita de um dia a sítios de interesse cultural ou patrimonial.



## Entidades no turismo cultural

O turismo cultural tem vindo a ser abraçado por entidades locais, nacionais e internacionais. A UNESCO promove o turismo cultural como um meio de preservar o património mundial; a Comissão europeia apoia o turismo cultural como uma indústria importante; e a nova emergente Nações Unidas da África e Europa Central vêem-no como um apoio para a identidade nacional. Em muitas partes do mundo o turismo cultural tornou-se vital para o suporte da economia local e para se manterem algumas atividades e criatividade tradicionais e locais. A globalização do turismo cultural indiscutivelmente coincide com um número de mudanças culturais e sociais fundamentais, bem como mudou a estrutura do turismo em si. A culturização da sociedade levou a que mais e mais áreas de consumo fossem vistas como “culturais”. Isto levou a que o turismo cultural se tenha afastado dos “shining prizes”, da European Grand Tour, direcionando-se a uma gama mais ampla de património, cultura popular e vivendo as atrações culturais. (Richards, 2001).



Fonte: Elaboração própria

**Figura 6 - As Entidades no Turismo Cultural**

A Convenção do Património Mundial, a qual o título completo é “A Convenção sobre a Proteção do Património Mundial Cultural e Natural”, foi adotada pela **UNESCO** em 1972.

Hoje em dia 153 países fazem parte desta convenção (dados da UNESCO do ano de 2011), lista a qual as nações do mundo reconhecem e protegem única e insubstituivelmente propriedades de valor universal. A convenção providencia, pela primeira vez, uma moldura de forma legal, administrativa e financeira, permanente para a cooperação internacional na salvaguarda de património cultural e natural da humanidade. Isto introduz um conceito específico de “património mundial” ao qual transcende a importância política e fronteiras geográficas.

Ao assinar a Convenção, cada país promete conservar locais culturais e naturais, dentro das suas fronteiras, considerados pela Convenção como tendo um valor excecional e universal. Em contrapartida, a comunidade internacional promete ajudar a proteger estes tesouros. Para definir estes locais significantes, a Convenção estabeleceu a Lista de Património Mundial, a qual contém as propriedades culturais e naturais que encaixaram em critérios específicos definidos pelo Comité do Património Mundial. Os doze primeiros locais foram inscritos na lista em 1978. Atualmente, no ano de 2011, estavam inscritos 936 sítios, em 153 países: 725 sendo culturais, 183 sítios naturais e 28 que são tanto culturais como naturais.

Portugal aderiu à convenção em 1979. Na 37ª sessão do Comité do Património Mundial, realizado entre Junho e Julho de 2013, passaram a fazer a totalidade da lista do Património Mundial em Portugal, 16 sítios ou conjuntos de sítios:

<b>Sítio</b>	<b>Ano</b>	<b>Local</b>
<b>Centro Histórico de angra do Heroísmo</b>	1983	Angra do Heroísmo, Ilha Terceira, Açores
<b>Mosteiro dos Jerónimos</b>	1983	Lisboa
<b>Torres de Belém</b>	1983	Lisboa
<b>Mosteiro da Batalha</b>	1983	Batalha
<b>Convento de Cristo</b>	1983	Tomar
<b>Centro Histórico de Évora</b>	1986	Évora
<b>Mosteiro de Alcobaça</b>	1989	Alcobaça
<b>Paisagem Cultural de Sintra</b>	1995	Sintra
<b>Centro Histórico do Porto</b>	1996	Porto
<b>Sítios de Arte Rupestre do Vale do Côa</b>	1998	Distrito da Guarda
<b>Floresta Laurissilva da Ilha da Madeira</b>	1999	Ilha da Madeira, Madeira
<b>Centro Histórico de Guimarães</b>	2001	Guimarães
<b>Região Vinhateira do Alto Douro</b>	2001	Nordeste de Portugal
<b>Paisagem da Cultura da Vinha da Ilha do Pico</b>	2004	Ilha do Pico, Açores
<b>Cidade Fronteiriça e de Guarnição de Elvas e as suas Fortificações</b>	2012	Elvas
<b>Universidade de Coimbra, Alta e Sofia</b>	2013	Coimbra

Fonte: Elaboração própria, adaptado de IGESPAR

**Tabela 8 - Lista do Património Mundial em Portugal**

Esta lista demonstra que Portugal é um dos países com o maior número de monumentos no mundo classificados como Património Mundial, o que vem demonstrar a amplitude do nosso país a nível mundial e a importância do património cultural e natural em Portugal. Para além dos monumentos existentes no nosso país, podemos também encontrar monumentos portugueses existentes em países como o Brasil ou a Tanzânia, e no Paraguai ou Sri Lanka, marcas culturais de enorme valor que os portugueses deixaram pelo mundo, em três continentes diferentes e que são classificadas igualmente pela UNESCO.

O Comité do Património Mundial também criou e publicou uma Lista do Património Mundial em Perigo, a qual inclui as propriedades consideradas Património Mundial que foram destruídas, que sofreram grandes alterações ou que foram abandonadas. Estas alterações podem ter ocorrido devido a: deterioração acelerada, projetos públicos de larga escala ou projetos privados, desenvolvimento urbano e turístico rápido, mudanças na utilização, conflitos de armas, fogos, tremores de terra, deslocamentos de terra, erupções vulcânicas e mudanças no nível médio das águas. Cada vez que o Comité acrescenta uma nova entrada na Lista do Património Mundial em Perigo, é imediatamente publicado esse novo facto.

Através da Convenção foi criado um fundo para a Proteção do Património Cultural e Natural Mundial de Valor Universal Excepcional. Ele é financiado por contribuições de membros das nações e por contribuições de organizações privadas e individuais. O fundo dá resposta a pedidos de países membros para a cooperação internacional em proteção dos seus Sítios de Património Mundial, bem como providencia a conservação urgente para propriedades que estão presentes na lista de perigo.

Outra iniciativa cultural por parte do Comité Científico Internacional para a Interpretação e Apresentação de Sítios do Património Cultural é a **Carta do ICOMOS** para a Interpretação de Sítios do Património Cultural. Este documento foi aprovado na 16ª Assembleia Geral (Canadá, Quebec, 2008), a carta é subdividida em Definições, Objetivos e Princípios e constitui um importante documento de referência a esta matéria. Desde logo é importante a filosofia com que o ICOMOS posiciona a interpretação e a apresentação no âmbito geral do património, ao referir que “são parte do processo global de conservação e gestão do património cultural”. Os princípios defendidos nesta carta são:

#### Princípio 1: Acesso e Compreensão

Os programas de interpretação e apresentação devem facilitar o acesso físico e intelectual do público ao património cultural.

#### Princípio 2: Fontes de Informação

A interpretação e apresentação deve-se basear em evidências obtidas a partir de métodos científicos aceitáveis assim como através das tradições culturais em prática.

#### Princípio 3: Contexto e envolvente

A interpretação e apresentação do Património Cultural deve-se realizar em harmonia com a sua envolvente e contexto social, cultural e histórico.

#### Princípio 4: Autenticidade

A interpretação e apresentação dos sítios de património cultural devem respeitar os princípios básicos de autenticidade seguindo o espírito do documento Nara (1994) .

#### Princípio 5: Sustentabilidade

O plano de interpretação para um sítio patrimonial deve ser sensível à sua envolvente natural e cultural e deve ter entre as suas metas a sustentabilidade social, financeira e do meio ambiente.

#### Princípio 6: Participação e Inclusão

A interpretação e apresentação do património cultural tem que ser o resultado de uma colaboração eficaz entre os profissionais do património, a comunidade local associada, assim como todos os agentes implicados.

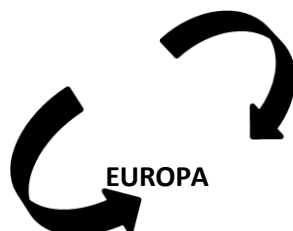
#### Princípio 7: Investigação, Formação e Evolução

A interpretação dos sítios patrimoniais é um processo progressivo e evolutivo de compreensão e explicação que requer atividades contínuas de investigação, formação e evolução.

A **Comissão Europeia** também vê a Europa como o principal destino turístico mundial, como tal o turismo desempenha um papel determinante no desenvolvimento de muitas regiões europeias. Segundo a Comissão Europeia o turismo sustentável contribui para a preservação e valorização do património cultural e natural da Europa. Nessa ótica, um dos objetivos da política de coesão que vem desde 2007 até este ano é aproveitar o potencial do turismo para fomentar o desenvolvimento regional permanente e criar postos de trabalho.

<b>Ranking dos Países com maior número de visitas aos museus (década de 90/milhões/ano)</b>	
Alemanha – 91	Fonte: Nuno Gracia (2003)
Reino Unido – 74	
França – 60	
Espanha - 28,4	
Itália 22,5	
Portugal - 8,6	

<b>Ranking dos países com mais bens classificados como Património Mundial da UNESCO (Culturais e mistos - 2002)</b>	
Itália – 34	Fonte: ICOMOS, 2005
Espanha – 3	
França – 26	
Alemanha – 26	
Reino Unido - 18	
Portugal - 11	



<b>Ranking dos países com mais chegadas turísticas (Quota de chegadas - 2005)</b>	
França - 17,2 %	Fonte: WTO, 2006
Espanha - 12,6 %	
Itália - 8,3 %	
Reino Unido - 6,8 %	
Alemanha - 4,9 %	
Portugal - 13°	

Fonte: elaboração própria através de Nuno Gracia (2003), ICOMOS (2005) e WTO (2006)

**Figura 7 - Indicadores relacionáveis entre o património e o turismo**

Os dados que constam na figura acima permitem concluir que na Europa, os cinco países que detêm o maior número de bens classificados como Património Mundial pela UNESCO são igualmente os que apresentam maior número de visitas a museus, tal como são os que ocupam os cinco primeiros lugares no ranking de chegadas turísticas.

Segundo Bucho (2010) esta relação de encontrarmos os mesmos países em primeiro lugar em diversos rankings, não é por acaso. A atratividade do produto sol e praia nos países do Mediterrâneo ou a centralidade de França, particularmente Paris, como centro de cultura e local de muitos centros de decisão ou sedes de organizações internacionais, induzem direta ou indiretamente um maior número de chegadas.

Quanto ao património de cada país em particular, temos que ter em atenção que alguns países devido a contextos territoriais mais alargados não dão tanta importância aquilo que têm, ao contrário do que aconteceria se víssemos esse mesmo património em países mais pequenos. Por outro lado existem países cuja política cultural e turística não se mostra muito empenhada em candidaturas a Património Mundial, nestes países não existe a noção da óbvia importância da qualidade e quantidade do seu património. Depois existem aqueles países como França ou Itália, que fazem destas candidaturas uma questão vital e de extrema importância para o Estado para a sua promoção internacional, nomeadamente turístico-cultural.

Ainda segundo Bucho (2010) a relação entre património e turismo não é mecânica: o aumento da procura turística do património, de forma sustentada, assenta na qualidade da oferta, isto é, não só na qualidade do património, mas também na qualidade turístico-cultural que é proporcionada. Ou seja, não basta a um país ser proprietário de um património reconhecido por entidades culturais e científicas internacionais, como a UNESCO. É necessário que quando o turista se desloca até este destino sinta que o património está disponível, que haja segurança, que conjunturas de instabilidade política não lhe afetem a viagem; é necessária uma oferta variada e adequada de transportes, alojamento, tal como outras *facilities*.

Até aos dias de hoje foram diversas as Cartas e Convenções internacionais acerca de património:

<b>2012</b> - Republicação com a tradução para português da Convenção para a Proteção do Património Cultural Subaquático - <b>UNESCO</b>
<b>2010</b> - Orientações Técnicas para Aplicação do Património Mundial
<b>2009</b> - Carta de Bruxelas
<b>2009</b> - Declaração de Viena
<b>2005</b> - Convenção de Faro - Conselho da Europa
<b>2002</b> - Declaração de Budapeste sobre o Património Mundial - <b>UNESCO</b>
<b>2001</b> - Convenção para a Proteção do Património Cultural Subaquático - <b>UNESCO</b>
<b>2000</b> - Carta de Cracóvia sobre os Princípios para a Conservação e o Restauro do Património Construído - Conferência Internacional sobre Conservação
<b>1999</b> - Carta sobre o Património Construído Vernáculo - <b>ICOMOS</b>
<b>1999</b> - Carta Internacional sobre o Turismo Cultural - <b>ICOMOS</b>
<b>1997</b> - Convenção Europeia Para a Proteção do Património Arqueológico (Revista) - Convenção de Malta
<b>1995</b> - Carta de Lisboa sobre a Reabilitação Urbana Integrada - 1º Encontro Luso-Brasileiro de Reabilitação Urbana
<b>1994</b> - Carta de Villa Vigoni sobre a Proteção dos Bens Culturais da Igreja - Secretariado da Conferência Episcopal Alemã e Comissão Pontifícia para os Bens Culturais da Igreja
<b>1992</b> - Convenção Europeia para a Proteção do Património Arqueológico (revista) Conselho da Europa
<b>1991</b> - Recomendação nº R (91) 13 sobre a Proteção do Património Arquitetónico do Século XX Conselho da Europa
<b>1990</b> - Carta Internacional sobre a Proteção e a Gestão do Património Arqueológico - <b>ICOMOS</b>
<b>1987</b> - Carta Internacional para a Salvaguarda das Cidades Históricas - <b>ICOMOS</b>
<b>1985</b> - Convenção para a Salvaguarda do Património Arquitetónico da Europa, Granada - Conselho da Europa
<b>1981</b> - Carta de Florença sobre a Salvaguarda de Jardins Históricos - <b>ICOMOS</b>
<b>1976</b> - Recomendação sobre a Salvaguarda dos Conjuntos Históricos e da sua Função na Vida Contemporânea
<b>1975</b> - Carta europeia do Património Arquitetónico - Conselho da Europa
<b>1972</b> - Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural - <b>UNESCO</b>
<b>1964</b> - Carta de Veneza
<b>1931</b> - Carta de Atenas Escritório Internacional dos Museus/Sociedade das Nações

Fonte: Elaboração própria, adaptado de IGESPAR

**Tabela 9 - Cartas e Convenções Internacionais sobre Património**



Uma das cartas mais recentes e importantes é a Carta de Bruxelas, de 30 de Junho de 2009, que visa o Património Cultural como: “the most dynamic and competitive knowledge-based economy in the world capable of sustainable economic growth with more and better jobs and greater social cohesion”.

Esta carta é sobre o papel do Património Cultural na Economia, propõe que lhe seja dado o seu valor essencial e intrínseco e propõe a criação de uma rede europeia para o seu reconhecimento e divulgação. (Cultura, 2013)

Por último a **Europa Nostra** é uma Federação Pan-europeia de Património Cultural, fundada em 1963, atualmente presidida pelo famoso cantor de ópera espanhol Plácido Domingo.

Esta representa um movimento dos cidadãos para a salvaguarda cultural e de património natural da Europa. Esta Federação é a voz de entidades internacionais referidas anteriormente, como a União Europeia, o Conselho da Europa e a UNESCO. E tem um estatuto consultivo junto desta última, bem como é reconhecida como uma ONG parceira destas entidades. A rede da Europa *Nostra* abrange quase 50 países em toda a Europa, é composta por mais de 250 organizações membros, 150 organizações associadas, mas também 1.500 membros individuais que apoiam diretamente a missão da Europa *Nostra*.

O objetivo principal da Federação é colocar o património e os seus benefícios no *mainstream* da consciência pública e tornar o património a maior prioridade para as políticas públicas, tanto a nível europeu como nacional. No campo europeu pretende promover elevados padrões de qualidade no que toca à conservação do património, arquitetura, planeamento urbano e rural, e defender um equilibrado e sustentável desenvolvimento do ambiente urbano e rural, construído e natural. A Europa *Nostra* procura destacar a importância do património cultural como a construção da identidade europeia e como um contributo para o fortalecimento da cidadania europeia.



Fonte: Elaboração própria, de acordo com pesquisa em *sites* das respetivas entidades

**Ilustração 1 - Entidades relativas ao Turismo Cultural**

### 1.3.Gestão de Património Cultural vs. Turismo

Apesar de todas as ligações entre turismo e cultura, de acordo com McKercher e Du Cros (2002) há no entanto que fazer uma distinção entre a forma de gerir o património cultural e o turismo. A gestão do património cultural envolve conservar e proteger uma representativa amostra do nosso património para o futuro. O seu grande objetivo é proteger os bens públicos. A gestão deste é largamente estruturada à volta do setor público ou em organizações sem fins lucrativos. Os seus *stakeholders* tendem a ser grupos comunitários ou pequenos grupos que representem indígenas ou grupos étnicos, que se referem aos bens pelo seu valor intrínseco. Os profissionais da gestão do património cultural tendem a vir de meios com um *background* de ciências sociais ou artes.

	Gestão do Património Cultural	Turismo
<b>Estrutura</b>	Sector público Sem fins lucrativos	Sector privado Com fins lucrativos
<b>Objetivos</b>	Um amplo objetivo social	Objetivos comerciais
<b>Stakeholders chave</b>	Grupos comunitários Grupos de património Minorias étnicas Grupos de indígenas Residentes Organizações para profissionais do património/grupos históricos locais/líderes religiosos	Grupos de negócios Não residentes
<b>Atitude económica em relação aos bens</b>	Existência de “valor” Conservam os seus	Utilização do “valor” Consomem pelo seu

	valores intrínsecos	apelo intrínseco ou extrínseco
<b>Grupos chave</b>	Residentes	Não residentes
<b>Background de empregos</b>	Cursos em áreas como ciências sociais ou artes	Cursos em áreas de negócios ou marketing
<b>Uso do bem</b>	Dão valor à comunidade como uma representação do património tangível e não tangível	Veem o turista como um produto ou atividade que pode ajudar um destino
<b>Organizações políticas internacionais / ONGs</b>	ICOMOS/ICOM/ UNESCO (promovem a conservação da cultura)	WTO/WTTC (promovem o desenvolvimento do turismo)
<b>Organizações nacionais/políticas/burocráticas</b>	Agências nacionais, estatais e locais, alguns museus relacionados com a gestão do património, arquivos	Organizações ligadas ao turismo, nacionais, estatais e regionais

Fonte: Elaboração própria, adaptada de McKercher e Du Cros (2002)

**Tabela 10 - Comparação entre a Gestão do Património Cultural e o Turismo**

Concluindo o observado na tabela, o turismo é essencialmente uma atividade comercial que é dominada pelo setor privado e é conduzida pelas receitas ou pelo desejo dos governos de atingirem certos objetivos económicos. Os seus *stakeholders* tendem a ser representados pelo setor comercial e a ser dirigidos por objetivos comerciais. Por causa deste foco, o turismo tem muito mais interesse em usar o

valor dos bens, em vez do seu valor existencial. Os profissionais da indústria do turismo tendem a vir de um mundo comercial e cada vez mais recebem educação com base nos negócios focada no negócio do turismo ou marketing.

Segundo McKercher e Du Cros (2002) o tipo de relação existente entre a gestão do património cultural e o turismo tende a ser conflituosa, muitas vezes pelas atitudes expressas. Os responsáveis pelo marketing de um destino ignoram muitas vezes os responsáveis pela gestão do património cultural desse mesmo destino no que toca às estratégias para promover o consumo da sua região ou expressam frustração pelas pessoas que não entendem os benefícios que o turismo pode trazer. Para além disso os operadores turísticos continuam a levar pessoas a atrações culturais de forma forasteira ou de forma inapropriada. Por outro lado, os gestores do património cultural escolhem ignorar a realidade do turismo e continuam a lamentar os impactos adversos que o turismo provoca em locais de património cultural. Na opinião de McKercher e Du Cros (2002) os produtos ligados ao turismo cultural têm vindo a ter um desenvolvimento insustentável. A incapacidade de aceitar que o turismo é um legítimo utilizador acarreta a incapacidade de desenvolver e apresentar bens culturais de uma forma que é favorável às necessidades do turista. A consequência poderá ser uma descida no número de visitas e uma descida do nível de satisfação, ameaçando a viabilidade comercial do bem. Pior ainda, a consequência poderá significar níveis elevados de visitas, sem sinalização de como o bem deve ser utilizado, resultando em turistas que definem a experiência e a visita por eles mesmo, aumentando o risco do bem. A falha por parte dos interesses do turismo em aceitar que os bens culturais e do património têm os seus próprios valores intrínsecos legítimos, acima e além dos seus valores de utilização, e que esses valores são significativos para outros utilizadores, para além dos turistas, significa que o turismo pode sobrecarregar esse bem e a essência daquilo que o tornou atraente em primeiro lugar. Além disso, a falta de alguns elementos da indústria do turismo para explicar os valores intrínsecos do sítio diminui a qualidade da experiência fornecida. Bem como, algumas ações não éticas por parte de alguns operadores turísticos que não só permitem como encorajam usos inapropriados dos bens culturais que podem

levar diretamente à destruição do bem ou abrir conflitos com costumes ou tradições locais.

Felizmente existe um crescimento do número de gestores dos sítios e do património cultural que realizam um importante papel na gestão e preservação do património cultural local. Eles trabalham de forma a incorporar as necessidades do turismo nas suas atividades e desenvolvem produtos que servem os interesses da indústria do turismo. Acrescenta-se também que um número de profissionais do turismo concorda agora que os produtos do turismo cultural devem ser tratados de certa forma diferente em comparação com outros tipos de produtos turísticos e que eles existem para mais coisas do que apenas para satisfazer os interesses do turismo.

Desta forma foram criadas catorze condições, pela OMT, de forma a estabelecer um balanço entre as necessidades e interesses dos turistas e dos objetivos de conservação, para que ambos sejam compatíveis, sem afetar os sítios, bem como o seu valor espiritual ou simbólico para a comunidade local:

Condição 1: que seja percebido pelo sector turístico a holística natureza da cultura.

Condição 2: que seja percebido pelos especialistas e conservacionistas e profissionais em geral de património cultural a importância do turismo e as necessidades e desejos legítimos do turista.

Condição 3: envolver a comunidade local na definição de uma política de turismo e no processo de tomada de decisão que esteja ligado ao património turístico.

Condição 4: angariar o apoio da comunidade local no projeto do turismo.

Condição 5: aumentar a força de capacidade da comunidade local ter um papel importante na gestão do património turístico.

Condição 6: preparar um grande plano turístico ou um plano de gestão local do «objeto património».

Condição 7: identificar a capacidade existente num sítio e definir uma capacidade máxima.

Condição 8: responder às necessidades e preferências culturais dos viajantes ou outro tipo de visitantes.

Condição 9: interpretar os sítios de património cultural para os turistas, de forma a que eles deixem o local com plena noção do seu valor cultural.

Condição 10: gerir os sítios de património e sítios turísticos, de forma a evitar possíveis estragos e más experiências para os turistas.

Condição 11: definir uma estratégia de marketing e uma política de preços para o turismo em locais com património local.

Condição 12: estabelecer mecanismos apropriados para assegurar que uma significativa porção de ganhos turísticos reverte para propósitos de conservação.

Condição 13: monitorizar os impactos do turismo no local de forma a encontrar mais cedo sinais de problemas maiores.

Condição 14: introduzir ações para remediar o que for preciso e quando for preciso.

Em conclusão, a sistemática aplicação das condições acima descritas devem garantir que os sítios de património e turismo cultural estão socialmente, economicamente e ambientalmente sustentáveis e contribuem para a conservação dos sítios.

## **Capítulo 2 – CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA**

### **2.1. O Evento Cultural - Capital Europeia da Cultura**

#### **2.1.1.Eventos e os seus impactos**

Citando Smith e Forest (2009) a relação entre os eventos e o turismo é objeto de estudo por diversos investigadores, o potencial que os eventos possuem em atrair turistas é já bem reconhecido, podemos até apelidar este nicho como Turismo de eventos.

Getz (1997) identifica o evento como sendo uma ocorrência temporária, planeada ou não. Este possui uma duração limitada, duração essa normalmente definida e publicitada, obviamente quando os eventos são planeados. Sabendo que os eventos são finitos, esta é para os indivíduos uma característica atrativa, pois, quando estes terminam, não se poderá passar pela experiência novamente. Como tal, os eventos são transitórios e todos representam uma mistura única de duração, local, gestão e pessoas.

Segundo Rabaça e Barbosa (1987) os eventos são acontecimentos promovidos com a intenção de atrair a atenção do público e da imprensa, quer estes tenham sido criados artificialmente ou possam ter surgido espontaneamente.

Podemos classificar, de acordo com Pelicano (2009) os eventos segundo a entidade que os organiza, com a sua dimensão e com o seu tema.





Fonte: Elaboração própria, adaptado de Getz (2007) e Pelicano (2009)

**Tabela 11 – Classificações de eventos**

Dentro da dimensão de um evento encontramos os megaeventos, segundo (Seixas, 2010) estes são eventos culturais ou desportivos de âmbito internacional ou mesmo planetário, onde são desenvolvidas ações coletivas e efémeras que comportam um *status* simbólico e uma escala espacial e temporal muito significativa. Falamos de Jogos Olímpicos, Copas do Mundo, Feiras Universais, ou Expos, e as Capitais da Cultura. Um megaevento é uma forma de exaltação e demonstração do poder político, económico e cultural das nações e das cidades mais dominantes do mundo. A crescente valorização dos megaeventos nas políticas urbanas corresponde também às tendências globais de alteração no tecido económico-industrial. As festas, as comemorações, os rituais, as celebrações sempre estiveram presentes na cultura urbana, esse tipo de eventos são utilizadas e apropriadas com diferentes funções e conotações nos mais diferentes meios e grupos, em culturas diferentes e em locais geograficamente distantes, tudo isso converte os eventos num elemento cultural de grande relevância.

Ainda de acordo com (Seixas, 2010) os megaeventos trazem consigo mega projetos, projetos esses normalmente realizados com o apoio de grandes instituições públicas

e privadas e estão quase sempre ligados a operações mediáticas que tenham impacto. Este tipo de evento implica quase sempre avultados níveis de investimento financeiro, e por sua vez existe sempre uma expectativa de retorno.

Os eventos podem criar vários impactos, sejam eles positivos ou negativos; ao nível social, económico, cultural e ao nível da imagem do destino. Segundo Silberberg (1995) os eventos permitem enaltecer o orgulho das comunidades locais, como também criar uma maior interação social, um desenvolvimento do potencial da cidade, trocas de ideias e melhoria da imagem da comunidade local.

De acordo com Getz (1997) os eventos tendem a fortalecer as tradições e os valores de uma comunidade, através de uma maior participação desta em arte, desporto e outras atividades que estejam relacionadas com o tema do evento. Um evento pode até mesmo provocar um crescimento do voluntariado, aumentando assim a interação e cooperação cultural. Citando Silberberg (1995) os eventos podem originar um aumento no grau de interesse da comunidade local pela participação em atividades associadas ao evento. Para além disso, segundo Raj (2003) os eventos podem melhorar o relacionamento entre residentes e turistas, facilitando o entendimento entre estes, encorajando o desenvolvimento organizacional local, a cooperação entre agentes envolvidos no evento, bem como contribuem para a conservação do património natural, cultural e histórico. Por último satisfazem as necessidades da comunidade, de forma a que estas não sintam o desejo de procurar outros destinos.

A par de impactos económicos, adaptando Getz (1997) um evento pode gerar a criação de emprego, o desenvolvimento económico, um aumento do tempo de estadia em determinado local, um aumento das receitas em hotelaria resultante dos participantes de eventos e o facto da realização de eventos permitir que o dinheiro seja gasto no local da realização destes. Podendo acrescentar Getz (1997) que um evento também tem influência no marketing territorial do destino, criando uma imagem positiva, pode melhorar a qualidade de vida e até atrair mais residentes e investidores. Um evento pode ser catalisador, o que acontece quando é estimulada a construção de infraestruturas e pode ajudar à revitalização urbana.

Citando ferreira (2004) “os grandes eventos culturais são, em geral, planeados como oportunidades para, a propósito da intervenção cultural, pôr em marcha ou acelerar programas locais de ação mais amplos, que podem ser orientados para múltiplos objetivos: dinamização de setores das economias locais, atração de turistas, captação de investimentos externos, celebração ou reforço das identidades coletivas, reabilitação e revitalização urbana, promoção e marketing das cidades”

### **2.1.2. A cidade como espaço de produção de eventos culturais**

“O turismo cultural é considerado como um sector de futuro que as zonas urbanas poderão explorar para compensar a perda de postos de trabalho nos sectores industriais tradicionais” (Comité das Regiões da EU, 1998)

A União Europeia identifica a cultura como sendo um dos quatro grandes instrumentos à disposição das cidades, que podem potenciar o aumento da sua atratividade. Segundo um estudo da Comissão das Comunidades Europeias acerca da “Política de coesão nas cidades: a contribuição urbana para o crescimento de empregos nas regiões” (2005), uma visão cultural pode ser essencial nos planos para um desenvolvimento económico e social. Tal como as facilidades e atividades culturais devem fazer parte integrada de um plano da regeneração urbana de uma cidade. A CE sugere assim que as políticas regionais e as orientações nacionais que se ocupam dos aspetos económicos, sociais, ambientais e culturais privilegiem o planeamento do turismo, do lazer e do património cultural. E que estas questões devem “fazer parte integrante do processo de ordenamento do território”.

A grande concentração de pessoas nas cidades, que foi intensificada com a revolução industrial “começou por alterar a fisionomia do mundo ocidental e continua hoje em dia a modificar as geografias, as mentalidades e as práticas sociais em todo o mundo” (Fortuna, 2001) As áreas urbanas têm vindo cada vez mais a ter um grande peso mundial, concentrando cerca de mais de metade da população do

planeta, de acordo com UNFPA (2007) e prevê-se que aumente para 4,9 bilhões de pessoas em 2030, o que poderá ser provocado em grande parte pelo processo de urbanização em certas regiões de África e da Ásia. Segundo a CE (2007), na Europa no final do século XX cerca de 80% da população vivia em cidade, o que torna a Europa o continente mais urbanizado, em que cerca de 20% dos seus cidadãos residia em grandes aglomerações urbanas, outros 20% em cidades médias e 40% em pequenas cidades.

Temos vindo a assistir a uma nova ênfase urbana, de afirmação regional e internacional, é disso exemplo o aparecimento da “Liga Europeia de Cidades”, de acordo com Carvalho (2006) esta competição entre cidades obriga a que cada uma delas procure uma distinção, ainda que seja simbólica, no seu acervo histórico-patrimonial, que constitua uma vantagem competitiva.

Ou seja, a dinâmica global urbana exige que sejam definidas estratégias para desenvolver uma imagem positiva da cidade. O que tem vindo a trazer duas estratégias adotadas, de acordo com Peixoto (2001): a intensificação do processo de patrimonialização e candidaturas a Património Mundial, de forma às cidades se afirmarem como um destino turístico; e a constante realização de megaeventos, com projeção nacional, ou mesmo internacional.

Na primeira estratégia referida é abrangida a promoção do património histórico e cultural da cidade, bem como espaços que sejam simbólicos na história da cidade. Nesta estratégia há que existir um grande investimento por parte das autarquias, esse mesmo investimento é muitas vezes apoiado por fundos com o Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional ou fundo Social Europeu. Após serem realizados investimentos para a melhoria do património na cidade é feita uma candidatura ao estatuto de Património Mundial, através da UNESCO. Ao terem diversos bens culturais inscritos, existe uma distinção nestas cidades: estão entre os principais destinos turísticos.

Desta forma, segundo Peixoto (2001) as 81 cidades que se encontravam classificadas como Património Mundial, transformaram-se uma década mais tarde em 164 cidades e o crescimento de candidaturas a Património Mundial, teve um especial

crescimento e incidência na Europa. Inclusive foram várias as Capitais Europeias da Cultura que obtiveram a classificação de Património Mundial dos seus centros históricos, durante a realização do evento, entre elas Praga (1992), Vilnius (1994), Edimburgo (1995), Porto (1996), Salzburgo (1996), Graz (1999), entre outras. O mesmo aconteceu ao contrário: muitas cidades que eram classificadas como Património Mundial foram posteriormente Capitais Europeia da Cultura. Duas cidades portuguesas classificadas através do seu centro histórico como Património Mundial surgiram também interessadas em concorrer para Capital Europeia da Cultura, em 2012: Guimarães e Évora.

Voltando às estratégias para obter uma imagem positiva da cidade a segunda estratégia consiste na crescente aposta em megaeventos, são exemplo disso os Jogos Olímpicos, as exposições Mundiais, ou até mesmo as Capitais europeias da Cultura. Este tipo de eventos funciona como catalisadores da dinâmica urbana, dos setores sociais, financeiros, económicos e culturais.

Portugal tem vindo a apostar igualmente nesta estratégia, pelo que começou a tendência com a Europália, em 1991, que consistia em exposições, colóquios, espetáculos, lançamentos, entre outros, que permitiam mostrar ao estrangeiro as manifestações mais significativas da cultura portuguesa da atualidade. Depois com a Capital Europeia da Cultura Lisboa 1994, que citando as palavras do Presidente da República na altura Jorge Sampaio: “Lisboa Capital Europeia da Cultura foi, em 1994, um momento importante de divulgação da cultura portuguesa e europeia, de criação cultural, de animação artística e de renovação urbana, mas representou também um veículo privilegiado de promoção da própria imagem da Cidade (...) Lisboa foi, afinal, a primeira obra de arte que se pretendeu mostrar”.

Em 1998 com a famosa Exposição Mundial, ou Expo’98 que é um exemplo bem-sucedido de conservação de um espaço urbano, que era anteriormente uma zona degradada, o atual Parque das Nações, passou a ser um dos grandes focos de atração turística da cidade de Lisboa. A zona oriental de Lisboa ficou totalmente reabilitada, algo que se tem vindo a manter até aos dias de hoje, inclusive continuam a surgir novos espaços nesta zona da cidade, perduram o Oceanário, o Teatro Camões, a

Praça Sony, o Pavilhão do Conhecimento, bem como estabelecimentos de restauração e hotelaria. A Capital Europeia da Cultura Porto 2001 que procedeu a um forte investimento na recuperação e construção do espaço público da cidade. E mais recentemente o Campeonato Europeu de Futebol de 2004, ou Euro 2004, este tipo de campeonato é considerado o terceiro maior evento desportivo do mundo, e este campeonato em Portugal foi considerado pela UEFA como o melhor e mais bem organizado Europeu de Futebol de sempre.

Com este tipo de megaeventos, citando Ferreira (2004), as cidades anfitriãs procuraram projetar uma imagem de cidade dinâmica e arrojada, virada para a cultura, com capacidade empreendedora, futuristas mas com tradições e respeito pelo passado.

Segundo Hitters (2007) estamos perante a festivalização da vida urbana, em que existe uma grande aposta em megaeventos, fenómeno esse a nível internacional e sentido um pouco por toda a Europa. E os objetivos e efeitos pretendidos pelas entidades que se envolvem na angariação e organização deste tipo de eventos vão muito além da mera oferta cultural ou desportiva dada no momento, até porque por trás do evento houve elevados investimentos, citando Ferreira (2004) “A amplitude dos recursos, dos esforços e da atenção mediática que a sua organização congrega atribui-lhes o carácter de oportunidades excecionais para obter resultados difíceis de alcançar de outra maneira”.

É concluído assim, segundo Fortuna (2001) a importante aposta na cultura e nas artes como catalisadoras da regeneração urbana, desempenhando um papel de transformação do tecido urbano, a maximização da cultura e potenciando assim a atração de fluxos económicos e sociais e o aumento da procura por parte de turistas e investidores.

## **2.2. Evolução da Capital Europeia da Cultura**

Desde 1985, 46 cidades tiveram a honra de ser designadas como Capital/Cidade Europeia da Cultura. O evento tem vindo a ser cada vez mais importante para as cidades celebrarem a sua própria identidade cultural dentro da União Europeia. A designação de Capital Europeia da Cultura tem vindo a tornar-se cada vez mais procurada. Só no Reino Unido 14 cidades concorreram a Cidade Europeia da Cultura em 2008. Este interesse marcou a 25 de Maio de 1999 a transição de “Cidade” para “Capital” da Cultura, de festival cultural discreto para um maior evento de desenvolvimento e transformação urbana.

A CEC é uma iniciativa da UE que tem como objetivo a promoção de uma cidade da Europa, por um período de um ano, ano esse em que a cidade tem a hipótese de mostrar ao seu país e à Europa a sua vida e o seu desenvolvimento cultural, o que irá permitir um melhor conhecimento entre os cidadãos europeus. Este evento cultural contribui para valorizar a riqueza, a diversidade e as características comuns das culturas europeias, de acordo com a legislação da EU.

A Cidade Europeia da Cultura começou sob a iniciativa da ministra grega Melina Mercouri, inicialmente era nomeada apenas uma cidade por ano. O objetivo inicial desta iniciativa era a promoção da população europeia através da cultura. Em que era pretendido o diálogo entre as diferentes culturas europeias, procurando encontrar elementos comuns, mas respeitando as diferenças e especificidades de cada uma.

Na evolução das CEC podem ser identificados três períodos diferentes em função da dimensão cultural do evento e da interpretação atribuída por cada organizador. A primeira fase, que corresponde à década de 80, caracteriza-se pela existência de lógica organizativas espontâneas, em que o envolvimento comunitário era muito pouco, nesse período a escolha das CEC recaiu em grandes metrópoles ou em cidades consideradas grandes centros de cultura a nível europeu, como Atenas (1985, Florença (1986), Berlim (1988) ou Paris (1989). Basicamente eram um

conjunto de eventos, celebrados durante o Verão e dedicados apenas à cultura clássica elevada.

A segunda fase, correspondente à década de 90, é identificada como a fase de tentativa e erro, apesar de se distinguir da anterior por uma maior institucionalização da organização. Glasgow, em 1990, representou um ponto de inflexão na história das CEC, pois contrariamente às cidades anteriores não tinha uma grande tradição cultural e atravessava um processo de reconversão industrial e transformação social; e depois porque incluiu na CEC outro tipo de expressões culturais, como um vasto programa de renovação urbana. O objetivo era utilizar a cultura como um meio para reconciliar a cidade com os seus habitantes, criando uma melhoria no dia-a-dia da cidade e um ambiente urbano melhorado.

A CEC Glasgow veio então lançar muitos dos atuais conceitos e objetivos que vigoram nas CEC. Glasgow fez uma programação que durasse um ano, fez uma clara aposta na promoção, comunicação e imagem e introduziu o conceito de sustentabilidade. A CEC deixou de ter a lógica de evento efémero e passou a ser vista como catalisadora de mudanças a vários níveis e dinamizadora do espaço urbano e do seu desenvolvimento baseado na cultura. Assim esta cidade escocesa foi a primeira a aproveitar a CEC para a regeneração urbana, assente nas artes e indústrias criativas como meios de promoção da dinâmica da cidade e da inovação e da redefinição da identidade urbana.

As CEC da década de 90 dividiram-se entre grandes metrópoles já consideradas polos culturais e entre cidades mais pequenas com uma menor relevância e dinâmica cultural e menos recursos disponíveis. No primeiro caso estão incluídas Dublin (1991), Madrid (1992) ou Lisboa (1994), que mantiveram a aposta clássica deixando pouco espaço para manifestações culturais alternativas. Eram cidades já viradas para a cultura e só apostaram no reforço e revitalização das estruturas culturais já existentes. No segundo caso, cidades como Antuérpia (1993), Copenhaga (1996), Tessalónica (1997) e Estocolmo (1998), que até essa data não eram conhecidas pelo seu dinamismo cultural, adotaram uma aproximação cultural mais diversificada, incluindo manifestações menos *mainstream* e promovendo dimensões alheias à



cultura. Ao longo desta década a CEC tornou-se uma iniciativa de grande visibilidade pública, refletindo-se igualmente no aumento exponencial do número de candidaturas a CEC. As cidades com o evento, passaram a querer melhorar a sua imagem, relançar a economia local e aumentar o volume dos seus fluxos turísticos, mas sem esquecer a necessidade de reforçar a sua vida cultural e as suas infraestruturas culturais.

A terceira fase, é denominada a fase institucional, e é caracterizada por um maior rigor processual, resultado da integração do programa dos modelos da UE, e com o acréscimo de regulamentação e controlo. Esta fase foi iniciada em 2000 e prolonga-se até aos dias de hoje, esta fase introduziu critérios de seleção, que impuseram conceitos como «Dimensão Europeia», «Cidade» e «Cidadãos». Outra alteração importante foi a possibilidade de mais do que uma nomeação anual em simultâneo e a abertura em 1990, em que foi decidido alargar a iniciativa a países não pertencentes à União Europeia.

No ano de 2000 houve um ligeiro *boom*, com 9 Capitais Europeias, incluindo já países não pertencentes à UE. O interesse foi se mantendo, sendo que no início do século XXI foram 18 as cidades nomeadas.

Todas estas CEC apresentaram objetivos, modelos de programação e resultados muito diversos

Até o ano de 2000 era sentida uma necessidade de comparações internacionais dos efeitos das Capitais Europeias da Cultura, o que levou a que nesse ano fosse formada o ATLAS, um grupo de estudo das Capitais da Cultura. O objetivo deste grupo é impulsionar o conhecimento e experiência nas Capitais da Cultura em diferentes países e conduzir a um estudo dos eventos e numa base transnacional. Este projecto é uma extensão do ATLAS “*Cultural Tourism Research Programme*”, que levou a que fossem realizados inquéritos aos visitantes culturais em todo o mundo, desde 1991.

Segundo a Comissão Europeia (2009) “desde a sua criação, o êxito da Capital Europeia da Cultura não parou de crescer. Os numerosos visitantes atraídos pelas

sucessivas Capitais contribuíram para reforçar o impacto cultural e socioeconómico desta iniciativa”.

Os objetivos das cidades que acolhem as CEC continuam a ter uma forte componente cultural, ainda que nos últimos anos se tenha vindo a assistir à crescente importância do carácter económico e social, à regeneração setorial e à transformação urbana. Todos estes fatores são incluídos numa estratégia de médio e longo prazo que visa promover a cidade em diversos âmbitos e melhorar a qualidade de vida dos seus cidadãos.

São aspetos crescentes nas CEC: a atração de visitantes, a promoção da imagem da cidade, a melhoria das infraestruturas locais, dos equipamentos culturais e dos espaços urbanos degradados e o envolvimento da cidadania no projeto, juntamente com a comunidade artística local. Apesar de tudo isso, os objetivos tendem a ser convergentes, em resultado da dinâmica de cada iniciativa, a sua operacionalização difere de CEC para CEC. Como tal, é explicada a existência de diversos tipos de CEC. Desta forma ainda que os impactos de curto prazo sejam semelhantes, os impactos a longo prazo, a nível local e regional, diferem muito de cidade para cidade.

De forma a melhorar o conhecimento destes megaeventos e de forma a poder aperfeiçoar os mesmos, foram criadas um conjunto de iniciativas, como a Rede de Universidades das Capitais Europeias da Cultura, cujos objetivos são criar uma rede que permita o intercâmbio de conhecimentos acerca das CEC e avaliar os impactos neste tipo de eventos.

Na avaliação das CEC encontramos a iniciativa do Grupo de Política das Capitais Europeias da Cultura, uma extensão do projeto Liverpool Impacts<sup>08</sup>, que pretende criar um quadro internacional que investigue e promova as boas práticas no âmbito do programa das CEC. Foram criados seis *clusters* e indicadores de comparação e replicação:

- A vitalidade cultural e a sustentabilidade;
- A acessibilidade cultural e a participação;

- A identidade, a imagem e o local;
- A filosofia e a gestão do processo;
- A dimensão europeia;
- Os impactos económicos.

Apesar deste quadro, continua a existir alguma rigidez no que toca à avaliação e alguma dificuldade na quantificação dos impactos mais relevantes.

## **Candidatura**

De acordo com a legislação da EU, quatro anos antes do início do evento, o estado-membro interessado em ser Capital Europeia da Cultura apresenta, juntamente com uma recomendação caso tenha, ao Parlamento Europeu, ao Conselho e ao Comité da Regiões, o “dossier” de candidatura da cidade elegível, para o ano que deseja.

Posteriormente a Comissão convoca anualmente um júri que elabora um relatório sobre as candidaturas apresentadas, o Parlamento Europeu pode transmitir um parecer à Comissão sobre a candidatura dentro de um prazo de três meses a contar da receção do relatório do estado-membro.

Por fim o Conselho, depois da recomendação da Comissão, do Parlamento Europeu e do relatório do júri, escolherá a “Capital Europeia da Cultura” para o ano em causa.

O dossier referido deve incluir um projeto cultural europeu, com um tema específico, de dimensão europeia e que esteja assente na cooperação cultural. O projeto pode ser realizado em parceria com outras cidades europeias.

De acordo com o artigo 3º da Decisão 1419/1999/CE, no dossier deve constar de que modo a cidade tenciona:

- ✓ Valorizar as correntes culturais comuns aos europeus que tenha inspirado ou para as quais tenha dado um contributo significativo;
- ✓ Promover as manifestações e as criações artísticas que associem agentes culturais de outras cidades dos estados-membros da União e

conduzam ao estabelecimento de cooperações culturais duradouras e favorecer a sua circulação na UE;

- ✓ Assegurar a mobilização e participação no projeto de grandes camadas da população;
- ✓ Assegurar o acolhimento dos cidadãos da União e favorecer a divulgação das operações previstas através dos meios multimédia e de uma abordagem multilingue;
- ✓ Promover o diálogo entre as culturas da Europa e as outras culturas do mundo;
- ✓ Valorizar o património histórico e a arquitetura urbana, bem como a qualidade de vida na cidade.

Observando o artigo 5º cada cidade deverá organizar um programa de manifestações culturais que valorizem a cultura do seu país e o seu património cultural. Para isso devem associar agentes culturais de outros países europeus, com o objetivo de estabelecer uma cooperação duradoura.

Após cada ano de CEC, a Comissão irá elaborar um relatório de avaliação dos resultados do megaevento cultural, o qual será apresentado ao Parlamento Europeu, ao Conselho e ao Comité das Regiões.

A UE pode apoiar a CEC através de uma contribuição financeira de um programa-quadro denominado “Cultura 2000”, que apoia manifestações de dimensão europeia previstas no programa das festividades.

Ano	Capital Europeia da Cultura	País
1985	Atenas	Grécia
1986	Florença	Itália
1987	Amesterdão	Países Baixos
1988	Berlim	Alemanha
1989	Paris	França
1990	Glasgow	Escócia
1991	Dublin	Irlanda
1992	Madrid	Espanha
1993	Antuérpia	Bélgica

1994	Lisboa	Portugal
1995	Luxemburgo	Luxemburgo
1996	Copenhaga	Dinamarca
1997	Salónica	Grécia
1998	Estocolmo	Suécia
1999	Weimar	Alemanha
2000	Avinhão	França
	Bergen	Noruega
	Bolonha	Itália
	Bruxelas	Bélgica
	Helsínquia	Finlândia
	Cracóvia	Polónia
	Praga	República Checa
	Reykjavik	Islândia
2001	Santiago de Compostela	Espanha
	Porto	Portugal
2002	Roterdão	Países Baixos
	Bruges	Bélgica
2003	Salamanca	Espanha
	Graz	Áustria
2004	Génova	Itália
	Lille	França
2005	Cork	Irlanda
2006	Patras	Grécia
2007	Luxemburgo	Luxemburgo
	Sibiu	Roménia
2008	Liverpool	Reino Unido
	Stavanger	Noruega
2009	Linz	Áustria
	Vilnius	Lituânia
2010	Essen	Alemanha
	Pécs	Hungria
	Istambul	Turquia
2011	Turku	Finlândia
	Tallin	Estónia
2012	Guimarães	Portugal
	Maribor	Eslovénia
2013	Marselha	França
	Kosice	Eslováquia

Fonte: Elaboração própria, através de pesquisa online

**Tabela 12- Capitais Europeias da Cultura**

<b>Amesterdão’87</b> - Um futuro de ideias
<b>Berlim’88</b> - Ponto de Encontro entre o Leste e o Oeste
<b>Madrid’92</b> - Madrid Cultura é Capital
<b>Antuérpia’93</b> - Pode a Arte salvar o Mundo?
<b>Lisboa’94</b> - Ponto de encontro de culturas
<b>Luxemburgo’95</b> - Cidade Europeia de todas as culturas
<b>Copenhaga’96</b> - Temas sazonais. Com a Primavera, surgiu “A cidade histórica”, “O Nórdico” e “O Século XX”. No Verão celebrou-se “A cidade verde” e “O Global” e, no Outono, foi a vez de “O Futuro”, “A Nova Europa” e “A Juventude”.
<b>Tessalónica’97</b> - Programa dividido em 31 temas distintos. Ex. “Entre o Oriente e o Ocidente”, “Terra de mártires judeus”, “Cidade de Estrangeiros” ou “Montanha Sagrada”.
<b>Estocolmo’98</b> - Definidos 15 temas. Ex. “Estocolmo, cidade histórica”, “Estocolmo, cidade ecológica”, “Estocolmo, cidade internacional” ou “Estocolmo, cidade criativa”.
<b>Weimar’99</b> - Vários temas: “Goethe”, “Dez anos depois (o Muro de Berlim)” ou “Weimar na Europa”.
<b>Avinhão’2000</b> - Arte e Criatividade
<b>Bergen’2000</b> - Arte, Trabalho e Lazer
<b>Bolonha’2000</b> - Cultura e Comunicação
<b>Bruxelas’2000</b> - A Cidade
<b>Cracóvia’2000</b> - Pensamento, Espiritualidade e Criatividade
<b>Helsínquia’2000</b> - Conhecimento, Tecnologia e Futuro
<b>Praga’2000</b> - Património Cultural
<b>Reiquiavique’2000</b> - Cultura e Natureza
<b>Santiago de Compostela’2000</b> -A Europa e o Mundo
<b>Porto’2001</b> - Pontes para o Futuro
<b>Roterdão’2001</b> - Roterdão é muitas cidades
<b>Salamanca’2002</b> - Dois temas: “A cidade do pensamento, de encontros e do conhecimento” e “Encontro entre artes tradicionais e contemporâneas”
<b>Génova’2004</b> - A Viagem
<b>Sibiu’2007</b> - Cidade de Cultura – Cidade de Culturas
<b>Liverpool’2008</b> - O Mundo numa Cidade
<b>Stavanger’2008</b> - Porto Aberto
<b>Maribor’2012</b> - Energia Pura
<b>Marselha’2013</b> - A Europa e o Mediterrâneo

Fonte: Elaboração própria, através de Cogliandro e Palmer

**Tabela 13 - Diversos temas sugeridos e utilizados para Capitais Europeias da Cultura**

## **2.3. Impacto da C.E.C no Turismo**

A denominação CEC constitui-se como uma importante ferramenta para o impulsionamento da atividade turística, nomeadamente no turismo cultural urbano, nas cidades que acolhem o evento. No âmbito das CEC. Os destinos não tradicionais encontram nesta iniciativa uma oportunidade para desenvolver o setor do turismo.

De acordo com Richards (2004) a nomeação de uma cidade a CEC é vista como uma oportunidade vital para tornar a cidade mais congruente tendo em conta um novo perfil das atividades sociais ou culturais e para promover uma maior ação estratégica para o turismo e a cultura.

Um evento como a CEC contribui para valorizar as cidades, a diversidade e as características das culturas europeias. Este programa tem vindo a unificar as regiões europeias, através da formação de redes culturais, da cooperação artística e do setor turístico, causando com que o investimento feito estimule um novo ambiente criativo nas cidades.

Em torno de um evento desta dimensão é esperado um impacto positivo em termos sociais e económicos, criando-se assim muitas expectativas, esperando-se que depois do evento sejam refletidos resultados na qualidade de vida da população local. A reabilitação urbana da cidade e a atração de turistas são outros dois efeitos esperados após uma CEC.

Os objetivos inerentes de um evento desta dimensão variam consoante as cidades que o acolhem, em muitos dos casos é pretendido aproveitar a designação de CEC para elevar o perfil da cidade, a nível nacional e internacional, através da programação de uma série de eventos e atividades culturais e artísticas. Outros objetivos abrangem a ampliação de públicos-alvo, o desenvolvimento do talento de artistas locais, a melhoria de infraestruturas culturais e de apoio, o estabelecimento de relações entre cidades e regiões europeias e o reforço da confiança da comunidade local.

Portanto entre as principais motivações para desenvolver um evento como este está: a dimensão turística.

De acordo com ECoCR3 (2011) os fluxos turísticos que são gerados numa CEC podem ser:

- Visitantes que têm como objetivo específico participarem no evento;
- Visitantes que se sentem atraídos pela atmosfera cultural geral da CEC, que não participam necessariamente no evento e no programa;
- Profissionais culturais ligados à produção do programa da CEC;
- Representantes de outras cidades vinculadas ao setor das CEC.

Estes fluxos turísticos por sua vez traduzem-se numa maior procura turística e, portanto, numa maior despesa turística. Como consequência das CEC, a generalidade das cidades que acolhem o evento registaram um incremento na procura turística, apesar de esta consequência ser difícil de avariar, pois não sabemos se o incremento foi provocado pela CEC ou por outros fatores económicos.

De acordo com o maior e mais atual estudo acerca das CEC : “European cities and capitals of culture” apesar das várias concertações e estratégias na utilização da cultura na promoção e revitalização da imagem projetada, existe ainda uma lacuna na comunicação entre turismo e cultura, conclusão já chegada anteriormente, ainda que não fosse já relativamente às CEC, pelo que se verifica um fraco aproveitamento da cultura em relação ao aumento do fluxo de turistas.

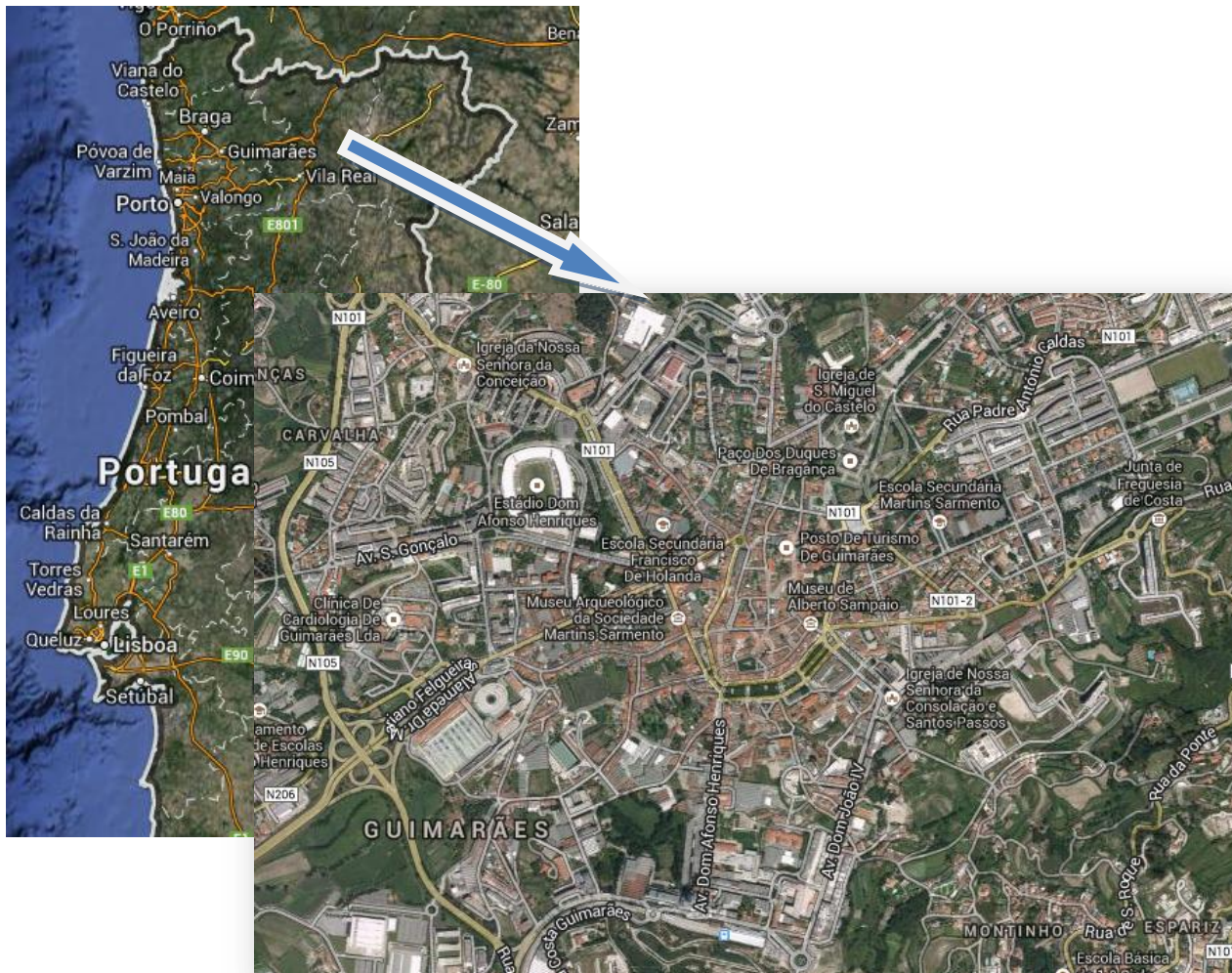


## **PARTE II – C.E.C. GUIMARÃES 2012, O ANTES O DURANTE E O DEPOIS**

**Transformar a cidade,  
promover a cultura,  
acrescentar valor.**

## Capítulo 3 - C.E.C. GUIMARÃES 2012 – IMPACTO TURÍSTICO

### 3.1. Um breve zoom sobre Guimarães



Fonte: Elaboração própria, através do Google Maps

Ilustração 2 - Mapa de Guimarães e localização de Guimarães em Portugal

Segundo o Turismo de Portugal: “o Norte de Portugal é uma região de ancestral ocupação pelo homem, espaço de cruzamentos das culturas atlânticas e mediterrânicas, particularmente rica em património cultural e natural.” Existem quatro bens culturais no norte do país que constam na lista do Património Mundial da UNESCO que são os dois centros históricos do Porto (1996) e Guimarães (2001) e os sítios arqueológicos do Vale do Côa (1998) e a paisagem cultural do Alto Douro Vinhateiro (2001). Para ser atribuído a um local a denominação de Património Mundial da UNESCO significa que foi reconhecido a existência de “valores excecionais na região, confirmando a densidade da sua história e a intrínseca autenticidade e integridade destes bens culturais”. (T P, 2013) Ainda segundo o Turismo de Portugal as cidades de Guimarães e do Porto mantêm nos dias de hoje dinâmicas próprias e foram constituídas destinos distintos no Norte de Portugal. Ambas têm vindo a embarcar vários projetos culturais, eventos, bem como programas de reabilitação urbana, assentes em princípios de salvaguarda do património, em que é valorizada a morfologia e as técnicas de construção tradicionais, ao mesmo tempo que são definidas políticas de requalificação do espaço público e políticas económicas e sociais.

Sem dúvida que a inscrição da cidade de Guimarães como Património Mundial da UNESCO e a intervenção realizada na cidade e no seu centro histórico, constitui-se um dos fatores para o significativo aumento da oferta de serviços, principalmente orientados para o turismo.

Guimarães é uma cidade localizada no interior de Portugal, na bacia do rio Ave, muito perto da cidade do Porto. O concelho de Guimarães, com uma área de 241,05 km<sup>2</sup> situa-se no distrito de Braga, na região norte de Portugal. Tendo sido elevada à categoria de cidade em 1853, é dividida em 20 freguesias com uma população total de 158.000 habitantes. É um concelho densamente povoado, com cerca de 656 habitantes por km<sup>2</sup>.

A cidade dispõe de excelentes acessibilidades: boas ligações rodoviárias, como a A7 e a A11, que por sua vez ligam à A3, a qual é uma conexão ao Porto e à fronteira de Valença; linha ferroviária totalmente eletrificada de ligação ao Porto; ligações aéreas

pela proximidade dos aeroportos de Porto e Vigo, e ligações marítimas através dos portos marítimos de Leixões, de Viana do Castelo e de Vigo.

É considerada uma cidade granítica que se divide entre a cidade alta e a baixa, o castelo e a vila, a primeira foi construída em torno do castelo, ao qual se encostou o Paço dos Duques de Bragança, a residência real, ducal e presidencial; a segunda formou-se a partir de Santa Maria da Oliveira, em que o Mosteiro de Nossa Senhora da Oliveira, foi fundamental para desenvolver a vila baixa, tudo isto situado dentro da muralha. O Largo da Oliveira localizado em frente ao Mosteiro medieval e a Praça de Santiago são dois espaços fundamentais para a dinâmica da cidade de Guimarães. A caminho da vila do castelo podemos encontrar a Casa do Arco da Rua de Santa Maria, símbolo conhecido da cidade.

Antes da união das duas vilas, a muralha da vila baixa era um espaço de gentes, enquanto que a muralha da vila do castelo guardava o Monte Lalito, encabeçado pelo Castelo de Guimarães. Este foi palco de importantes acontecimentos históricos que justificam o título vimaranense de «berço da cidade», associando também a figura do primeiro rei de Portugal D. Afonso Henriques. Perto do castelo encontramos o Paço dos Duques de Bragança, que foi utilizado como residência real e que nos dias de hoje é utilizado como museu importante na cidade. Guimarães é conhecida também como cidade de Homens, entre eles destaca-se o nome Francisco Gouveia Martins Sarmento, um ilustre arqueólogo e etnólogo do século XIX, o trabalho deste reflete-se no Museu da Sociedade Martins Sarmento, que é um dos mais antigos museus arqueológicos em Portugal. Como não poderia deixar de ser Guimarães é uma cidade de artes e ofício tradicionais e indústrias, que sempre tiveram um papel importante na economia da cidade. A zona de Couros foi alvo de uma profunda reabilitação urbana. Esta cidade é caracterizada pelas atividades do bordado, do ferro forjado e produção de cerâmica, notando-se em todos eles um carácter muito próprio.

Mas Guimarães é também terra de cultura: o Palácio e a Quinta de Vila Flor, erguidos no século XVIII, na altura no exterior da área urbana, acolhem nos dias de

hoje o Centro Cultural Vila Flor, espaço que acolhe diversos eventos culturais e que tem vindo a assumir um papel de referência no panorama da cultura nacional.

Na região vimaranense encontramos também pontos de interesse cultural e de natureza como a Igreja da Nossa Senhora da Consolação e Santos Passos, o Parque da Penha, o Mosteiro da Costa e o Santuário da Penha.

O centro histórico de Guimarães, cuja história está ligada à formação da identidade nacional de Portugal, em que a cidade chamou a si mesma *berço da nacionalidade*, segundo o Turismo de Portugal ilustra a evolução de certas tipologias arquitetónicas, que vêm desde a época medieval, com foco no período entre os séculos XV e XIX.

Até meados de 1980, este mesmo centro histórico encontrava-se em processo de degradação física e social, difícil de travar, portanto em 1985, a Câmara Municipal criou um gabinete municipal (GTL) para poder gerir o processo de recuperação do centro histórico de Guimarães. Neste contexto, em 1985 procedeu-se à primeira intervenção do GTL: a recuperação da Casa da Rua Nova. A qualidade na atuação da recuperação deste edifício, levou a que recebessem o Prémio Europa *Nostra*, em que foram elogiados os critérios de restauro adotados e que contribuiu posteriormente para um incentivo para as restantes atuações de restauro no centro histórico.

Para além disso nos últimos catorze anos, de acordo com o Município de Guimarães foram intervencionados 314 edifícios, intervenções essas que podem ser classificadas com obras profundas ou obras de beneficiação.

O GTL tem estruturado um conjunto de atuações, com o apoio do governo central e através de financiamentos internos, atuações essas que incidem não só nos edifícios, mas também em espaços públicos, introduzindo infraestruturas até então deficitárias ou mesmo inexistentes, atuando na iluminação pública e equipamento urbano igualmente.

Com esta reabilitação são devolvidas praças, largos e ruas à cidade, aos seus residentes e aos turistas, encontrando-se reabilitados, atualmente, cerca de 90% dos espaços públicos da área intramuros. Estas atuações têm contribuído para manter a

autenticidade da cidade e reintegração da cidade histórica como lugar de encontro, identidade e cultura.

Guimarães encontra-se numa região dinâmica e empreendedora, com uma vasta tradição industrial e exportadora, assente em setores tradicionais. Em 2010, o tecido empresarial de Guimarães era composto aproximadamente por 14.000 empresas, que geraram cerca de 3.737 milhões de euros de volume de negócios. A maioria delas eram micro, pequenas e médias empresas, em que cerca de 92% delas tinham menos de 10 trabalhadores.

É um dos concelhos com maior índice de industrialização a nível nacional, em que o setor transformador que mais se destaca é o têxtil e do vestuário, este concentra 19% das empresas vimaranenses, 30% do volume de negócios e 37% dos trabalhadores de todo o concelho. Outras duas indústrias que muito contribuem para o concelho são a indústria do calçado e a indústria do couro e dos produtos de couro.

No entanto estas indústrias, desde a década de 1990, têm vindo a perder importância, sobretudo a têxtil e do vestuário, num lado pelo aparecimento da moeda única, por outro lado pela forte concorrência que está a crescer cada vez mais, com a abertura dos mercados europeus para adquirir produtos asiáticos.

Este processo de desindustrialização só vem fazer com que haja uma grande aposta no setor terciário, nomeadamente: no turismo. É neste contexto que se revela o valor do património histórico da cidade de Guimarães.

Guimarães é uma cidade de tradição, que se manifestam não apenas na sua dimensão popular, mas também em acontecimentos como o Festival de Jazz, o Cineclube de Guimarães ou os museus, como a Sociedade Martins Sarmento, um dos mais antigos museus arqueológicos portugueses. É de destacar igualmente o Centro Cultural Vila Flor, com uma variada programação cultural.

A esta tradição cultural juntam-se os factos já estudados e revelados anteriormente: o património histórico reconhecido pela UNESCO, em 2001, como Património

Mundial, o Prémio Europa *Nostra* pela atuação na Casa da Rua Nova e o facto de ser a “cidade berço”.

#### **A situação antes da CEC:**

- a população do concelho é mais jovem que a média da região Norte e que a média do país, contudo em termos de evolução, na última década assistiu-se a um reforço do envelhecimento da população da cidade, com afastamentos da classe média e jovens para cidades como Braga ou Porto;
- necessidade de mudança de uma cidade virada para uma estrutura industrial, com a decadência e abandono das áreas industriais;

#### **Verificou-se a necessidade de intervir na cidade:**

- obter um maior equilíbrio interno;
- estancar o decréscimo e envelhecimento populacional, fixando os jovens e atraindo novos residentes e visitantes;
- potenciar a requalificação das atividades económica, culturais e científicas, através da sua melhor inserção urbana;
- recuperar as zonas degradadas e inutilizadas;
- melhorar as infraestruturas de suporte e necessidade de aumento de alojamento.

Em 2011, foram efetuadas pela Câmara diversas despesas em cultura e desporto. Destacando-se no domínio cultural as despesas destinadas a conservar e promover o património cultural, a fomentar as publicações e a literatura e a realizar atividades socioculturais.

Domínio Cultural	Despesas Efetuadas (x 1000€)
Património Cultural	749
Publicações e literatura	661,4
Música	42,0
Artes cénicas	0,0
Atividades socioculturais	632,4
Recintos Culturais	0,1
Jogos e desportos	6.573,0

Fonte: Pordata

**Tabela 14- Despesa da Câmara Municipal de Guimarães em cultura e desporto, em 2011**

O reposicionamento da cidade em termos nacionais e internacionais tem como objetivo torna-la um polo de atração para turistas culturais e para as classes criativas, que alimentam os setores assentes na criatividade e inovação, o que pode levar a diversificar a atividade económica da região. Com o desenvolvimento do setor terciário, poderá enquadrar-se uma estratégia de regeneração urbana assente na cultura, na qual a Capital Europeia da Cultura em Guimarães vem assumir um papel fundamental.

#### **A CEC como início das transformações em Guimarães:**

Desde a década de 80 que o património arquitetónico e urbanístico tem constituído um vetor estratégico no modelo de crescimento da cidade de Guimarães, sustentado na salvaguarda do património medieval e de recuperação e manutenção de técnicas de construção tradicionais, estimuladas pelo envolvimento da comunidade durante este processo.

Isto justifica as principais instituições culturais da cidade e o tecido associativo presente que caracteriza o município, verdadeiros fatores de identidade.

Guimarães foi se tornando ao longo dos anos numa referência nacional e internacional da reabilitação urbana premiada, da qual uma vez mais deve ser realçada a classificação pela UNESCO. Esta realidade tem merecido uma identificação por parte da comunidade, através das expressões públicas de adesão à valorização do património histórico-cultural, que tem vindo a ser consolidada



através de políticas de reabilitação do património construído, através da implementação de equipamentos sociais e culturais e por uma forte aposta no potencial do espaço público.

Como tal quando é iniciada a candidatura a CEC, em 2006, são já as diversas obras e projetos existentes inseridos neste plano de atuação, em que a Capital não foi um pretexto, mas uma oportunidade de usufruir de fundos financeiros europeus e ativar parcerias, num espaço de tempo mais curto. Só assim seria possível concretizar as infraestruturas criadas num tão curto espaço de tempo.

A candidatura da cidade de Guimarães a Capital Europeia da Cultura foi iniciada em Outubro de 2006 e foi concluída em Maio de 2009. Nesta data, o Conselho Europeu designou Guimarães como uma das CEC do ano de 2012, em paralelo com Maribor, na Eslovénia.

Um ano após a candidatura, a Câmara Municipal já tinha inscrito investimentos no projeto do Plano Plurianual de Investimentos Municipal de 2007, eram eles o antigo Mercado Municipal, o centro de Arte, a Casa da Memória e CampUrbis.

Para a implementação da CEC foi constituída, por lei, em meados de 2009: a Fundação Guimarães (FCG), esta foi extinta no segundo semestre de 2013, apesar de inicialmente ter sido pensada para assumir a gestão do património cultural e respetivos equipamentos do município de Guimarães.

Os principais objetivos definidos foram:

- ✓ A conceção, planeamento, promoção, execução e desenvolvimento do programa cultural da Guimarães 2012.

A Fundação Cidade Guimarães dispôs de um orçamento de quase 36,5 milhões de euros, dos quais 22,5 milhões se destinaram ao programa cultural, com o qual centralizou as competências de gestão, planeamento e controlo. Sendo que para as competências de execução recorria ao *outsourcing* e à realização de parcerias para assegurar o desenvolvimento das atividades permitindo:

- ✓ Uma maior flexibilidade na adequação da estrutura à diversidade de eventos e atividade em desenvolvimento;
- ✓ Uma integração nos projetos da comunidade local, tanto ao nível dos agentes culturais como das empresas, instituições públicas e da população em geral;
- ✓ A potenciação do desenvolvimento de empresas no setor cultural na região;
- ✓ A contratação das empresas que tenham uma visão internacional e voltada para o futuro;
- ✓ A contratação de especialistas para as diversas valências do projeto e a obtenção de mais-valias pelo acesso a um *know-how* atualizado;
- ✓ O desenvolvimento de relações de parceria com instituições nacionais e internacionais e a potenciação do *networking*;
- ✓ O fomento do desenvolvimento económico da região, através do incentivo à criação de novas indústrias culturais, atraindo novos talentos criativos, com vista à sua fixação no território.

*In* Relatório Executivo – Impactos, Económicos e Sociais | Guimarães 2012 | Capital Europeia da Cultura

Os restantes 14 milhões de euros do orçamento destinaram-se a despesas de comunicação e marketing e despesas de funcionamento.

Designação do Investimento	Valor Elegível
Plataforma das Artes e da Criatividade	14.804.166,67
Laboratório da Paisagem	2.268.055,56
Reabilitação do Campo de S. Mamede	250.000,00
Reabilitação do Largo do Carmo	905.091,82
Requalificação do Toural, Alameda e Rua Sto. António	5.970.000,00
Casa da Memória	4.254.899,52
Requalificação do Espaço Público Zona Couros	2.215.268,00
Camp Urbis – Instituto de Design	2.722.500,00
Camp Urbis – Centro Avançado de Formação Pós- Graduada	3.188.350,00
Camp Urbis – Centro de Ciência Viva	605.000,00
Qualificação da Veiga de Creixomil	4.267.055,58
Projeto de interpretação de Couros	248.335,00
Total	41.698.722,00

Fonte: Câmara Municipal de Guimarães

**Tabela 15 - Investimento Público na CEC Guimarães 2012**

Ao projeto Guimarães 2012 associou-se um vasto programa de investimentos em matéria de equipamentos culturais e requalificação urbana.

O investimento na tabela acima foi canalizado através da Câmara Municipal de Guimarães, este investimento público rondou os 42 milhões de euros. Entre todos estes investimentos em equipamentos destaca-se a Plataforma das Artes e da Criatividade, com um investimento que se aproxima aos 15 milhões de euros e a Casa da Memória com um montante superior a 4 milhões de euros.

Como já foi visto ao longo desta segunda parte da dissertação a cidade já era virada para a cultura, como atração turística Guimarães já tem uma longa história e com a CEC tentou-se uma maior projeção da cidade a nível cultural.

O grande salto em termos turísticos foi dado com a classificação de Património Mundial pela UNESCO, em 2001. E de facto, entre 2002 e 2011, de acordo com estatísticas do INE, o número de dormidas na cidade e o número de hóspedes disparou, aumentando em cerca de 55% e 70%. Nesse espaço de anos aumentou também a capacidade hoteleira, aproximadamente 65%. Nos últimos dois anos, procurando acompanhar a procura turística, houve uma ligeira expansão na oferta de alojamento.

A CEC surge assim como oportunidade para:

- dinamizar a renovação urbana de Guimarães
- promover o turismo em Portugal e em Guimarães
- estimular o desenvolvimento económico

Em termos urbanístico, a CEC deverá contribuir para: modernizar e reabilitar uma parte significativa da cidade, reequilibrando-a urbanisticamente, tornando-a mais competitiva em termos nacionais e internacionais. “É preciso projetar Portugal e a língua portuguesa nos 4 cantos do mundo.”

### 3.2. CEC Guimarães 2012 – o seu papel como catalisador do rejuvenescimento de Guimarães

“Guimarães em constante dinâmica cultural”

#### Símbolo do evento



Fonte: [www.guimaraes2012.pt/](http://www.guimaraes2012.pt/)

**Ilustração 3 - Símbolo da CEC Guimarães 2012**

O coração foi o símbolo escolhido pela CEC como elemento comunicacional simplificado. Este foi desenhado por João Campos e pode-se definir por ser um misto do traço das muralhas do Castelo de Guimarães e do elmo do rei fundador Dom Afonso Henriques.

A simbologia do coração deve-se ao nascimento e ao amor à nação, um sentimento bem presente na cidade, a alusão às muralhas deve-se ao facto do castelo ser um monumento nacional e ser uma das 7 maravilhas de Portugal.

Mais, se rodarmos o símbolo 90° para a direita podemos observar um G, inicial da palavra Guimarães.

## **Tema do evento**

“Tu fazes parte”

Construído a partir da estratégia concebida para o evento este foi o lema escolhido para Guimarães 2012. A ideia principal é que sendo Guimarães o berço da nação, é um lugar onde todos os portugueses fazem parte. Estando assim proposto para o envolvimento da comunidade e dos restantes portugueses.

Inicialmente o tema da Guimarães 2012 era “Tudo acontece em Guimarães”, esta era uma forma de fazer campanha publicitária e comunicar a marca oficial da Guimarães e promover a divulgação do seu programa de ação junto do público. Esta estratégia de comunicação estava direccionada para quatro segmentos-alvo: a comunidade local, as instituições, os parceiros e patrocinadores, os públicos dos eventos e Europa.

A programação proposta estava assente em doze pressupostos:

- Um programa com forte ligação à comunidade;
- Um programa que estimulasse o desenvolvimento da consciência e pertença à Europa;
- Um programa que promovesse a ocupação equilibrada entre espaços centrais e periféricos;
- Um programa com uma forte componente educativa e pedagógica;

- Um programa que favorecesse ações que convocam o uso artístico das tecnologias de informação e comunicação;
- Um programa que respeitasse e promovesse a sustentabilidade;
- Um programa que apostasse em propostas artísticas que valorizem a visão histórica e biográfica do território em relação e confronto com leituras contemporâneas;
- Um programa com forte articulação com a Universidade do Minho;
- Um programa dirigido a diversos públicos;
- Um programa que garantisse projetos originais e estreias, apostando na coprodução e co curadoria;
- Um programa que valorizasse os recursos da cidade.

Houve um segundo tema, “Tudo se transforma” acabando por também não ser bem aceite, nem sequer pelos vimaranenses.

Por último ficou o lema “Tu fazes parte”, demonstrando a vontade por parte da organização do envolvimento da comunidade e que foi o “mote” para um dos maiores sucessos da CEC: “o incrível envolvimento da comunidade no projeto”, segundo João Serra.

O slogan foi ao encontro dos anseios dos habitantes de Guimarães, que tinham receado que a CEC fosse na sua cidade mas não “da sua cidade”. Desta forma o slogan foi visto como um apelo à sua participação e acolhimento na cidade.

Este foi o elemento de comunicação mais utilizado, mais apropriado e mais bem conseguido, segundo a Universidade do Minho.

Ainda como jeito de promoção, a “febre dos corações” chegou ao ponto de no final da CEC ter sido programado um registo fotográfico de todos aqueles que quisessem ser fotografados com o “seu coração”, intitulando-se este projeto fotográfico de “O teu coração faz parte”.

Podemos afirmar que: O evento convida a cidade!

### **Intervenções urbanísticas de forma a dar resposta a necessidades da cidade:**

Com a CEC foi feita uma reestruturação de espaço urbano através de uma série de eventos. Existe na cidade uma crescente consciência que exige a recuperação do património histórico, arquitetónico e paisagístico da cidade, foi necessário: Reinventar Guimarães.

Houve um desenvolvimento e uma transformação pós-industrial, Guimarães é uma cidade com antigas fábricas de têxteis, couros, calçado, algumas delas sem qualquer utilização. A CEC viu neste ponto uma forma de transformação da estrutura urbana e recuperação de espaços em Guimarães, mantendo a sinergia com a envolvente, mas com o objetivo de uma renovação urbana.

Foram diversos os novos espaços criados ou requalificados que contribuíram para o equilíbrio sócio urbanístico da cidade.

Com a CEC estavam previstos três rubricas de investimentos:

#### **- Investimento em infraestruturas culturais:**

- ✓ Plataforma de Artes e Criatividade de Couros
- ✓ Laboratório da Paisagem
- ✓ Casa da Memória

#### **- Ampliação, requalificação e modernização de infraestruturas culturais existentes:**

- ✓ Biblioteca Municipal Raúl Brandão
- ✓ Museu Alberto Sampaio
- ✓ Arquivo Municipal da Fundação Martins Sarmiento
- ✓ Requalificação do Monte Latito (Castelo, Capela S. Miguel e Paço dos Duques)

## - Reabilitação e requalificação urbana e infraestruturas urbanas:

- ✓ *Campurbis*
- ✓ Equipamentos urbanos (Centro de Ciência Viva)
- ✓ Espaços públicos (Largo do Carmo, Campo de S. Mamede, Monte Latito, Largo do Toural, Rua de St.º António, Alameda de S. Dâmaso, ciclovia)
- ✓ Espaços verdes (veiga de Creixomil, Programa “Verde na Paisagem”, horta Pedagógica)
- ✓ Valorização do património (Antigo mercado, Rotas do Património)

Desde logo houve dois projetos que sobressaíram por criar mais expectativas e que entretanto foram os mais bem aceites pela população: a reabilitação do Largo do Toural e a criação da Plataforma das Artes.

Hoje, a Plataforma das Artes assume-se como o **equipamento âncora** da CEC.

A obra de requalificação do Toural, da Alameda S. Dâmaso, a Rua de St.º António e o tratamento da frente do Convento de São Francisco foi a intervenção mais extensa de área e intensa de participação.

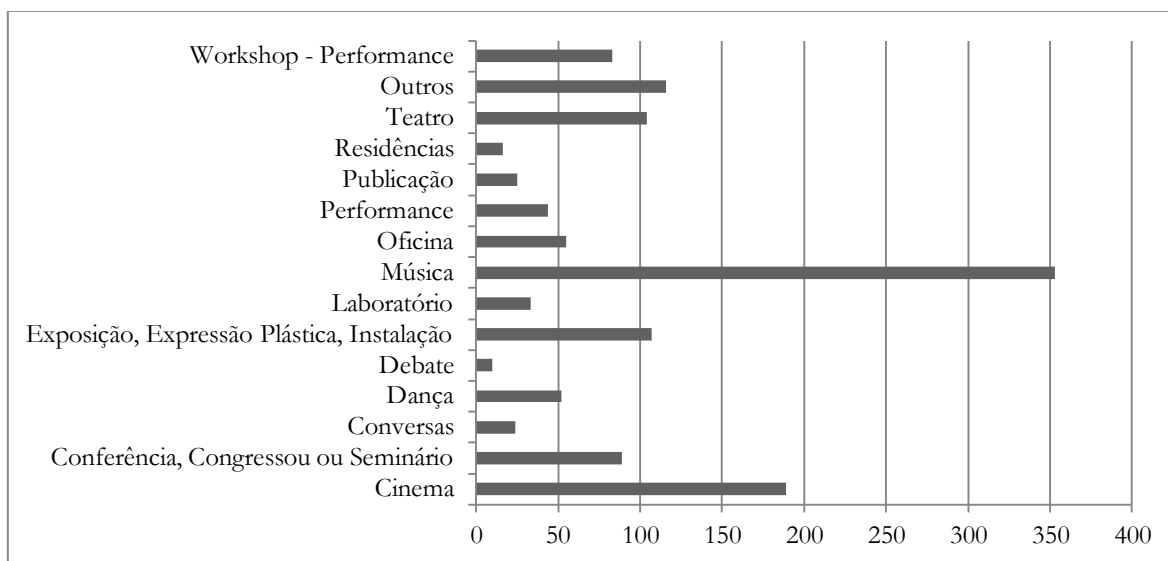
Para além das infraestruturas referidas foram criadas para a CEC:

- ❖ **CAAA**
- ❖ **Fábrica ASA**
- ❖ **A renovação da zona de Couros**
- ❖ **O Centro cultural Vila Flor já existente como principal espaço para o decorrer de eventos**

Ao longo do ano de 2012 foram identificados 1.300 eventos culturais. A música, o cinema e o teatro, em conjunto, contribuíram para metade dos eventos. Deve ser destacado também o elevado número de exposições e publicações, resultantes de artistas residentes. Para além disso devemos enaltecer o expressivo número de conferências e congressos realizados, que vêm demonstrar o potencial da cidade



para o turismo de negócios, nomeadamente, para o acolhimento de reuniões, conferências, congressos e seminários.



Fonte: Câmara Municipal de Guimarães

**Figura 8- Programação da CEC 2012, por tipo**

Analisando a tabela acima podemos concluir que a música foi sem dúvida o tipo de evento mais presente na CEC., seguido do cinema e depois de workshops, performances e teatro.

O Centro Cultural Vilar Flor foi o espaço que mais alojou eventos: cerca de 250, representando 19% do total de eventos realizados.



Fonte: myout.net

**Ilustração 4 - Centro Cultural Vila Flor, Guimarães**

### **3.3. Pressupostos metodológicos, objetivos e breve caracterização da amostra**

Nesta última parte do caso de estudo, irá ser analisado o impacto no setor turístico após a CEC em Guimarães, através da análise de um relatório executivo elaborado pela Universidade do Minho, onde podemos analisar as diferenças entre o ano de 2011 e 2012 para: os quartos vendidos, o número de hóspedes, o número de dormidas, as receitas geridas, o número de dias médio de uma estadia, a taxa de ocupação por quarto, a taxa de ocupação por cama, o preço médio por quarto e a *RevPar*. São analisadas igualmente o número de visitantes que se dirige aos postos de turismo entre 2005 e 2012, bem como a origem desses mesmo visitantes. É vista a distribuição de visitantes por país de origem e o número médio de noites que os visitantes estrangeiros pernoitam em Guimarães. É observado o consumo médio por visitante na visita a Guimarães. E por fim o nível de satisfação e a intenção de voltar à cidade. É aferido se os índices turísticos aumentaram ou diminuíram, demonstrando a importância de um evento cultural urbano como a CEC para Guimarães.

Posteriormente é feito um levantamento de todos os estabelecimentos hoteleiros em Guimarães, para que seja analisada a opinião dos gestores hoteleiros ou responsáveis de estabelecimentos turísticos acerca da importância da CEC para o seu estabelecimento.

É igualmente feito um levantamento dos museus existentes na cidade e é analisada a opinião de profissionais dos museus relativamente ao registo do número de entradas nos museus e da importância da CEC para uma maior afluência nestes.

São feitas entrevistas exploratórias à organização para ter noção do fluxo de pessoas no que toca a participação em eventos, à Câmara Municipal de Guimarães e ao Turismo de Guimarães.

São feitas visitas a postos de turismo, em que também são realizadas entrevistas exploratórias.

São analisadas estatísticas fornecidas pelo turismo de Portugal e pelo INE.

Portanto a metodologia de investigação utilizada são os inquéritos, as entrevistas exploratórias e a análise do relatório executivo.

## Análise Turística

Locais/Regiões visitadas por estrangeiros, por país de origem									
(%)	Total 2012	Total 2011	Alemanha	Espanha	França	Países Baixos	Reino Unido	Irlanda	Brasil
Algarve	46	52	50	19	32	50	66	85	15
Lisboa	42	40	46	63	43	53	20	10	83
Porto	20	15	21	31	26	10	10	0	48
Sintra	18	16	18	32	16	17	10	5	33
Estoril/ Cascais	16	16	17	27	14	25	8	5	30
Centro de Portugal	16	13	14	18	21	17	8	10	34
Norte de Portugal	8	9	10	8	11	6	4	0	24
Coimbra	7	3	4	9	13	7	1	0	22
Guimarães	6	-	4	6	6	5	3	0	20
Madeira	5	5	6	3	9	5	6	0	0
Braga	5	3	5	5	8	1	1	0	17
Alentejo	4	5	7	5	2	4	3	0	10
Fátima	4	2	0	5	4	1	0	0	31

Fonte: Turismo de Portugal

**Tabela 16 - Locais visitados por estrangeiros, por país de origem - Agosto 2012**

Apesar de serem o Algarve (46%) e Lisboa (42%) os destinos mais visitados por estes turistas, Guimarães aparece destacada (6%) pelo facto de ser Capital Europeia da Cultura em 2012.

Como já foi visto anteriormente a denominação de Capital europeia da Cultura constitui-se como uma potente ferramenta para o impulsionamento da atividade turística, nomeadamente do turismo cultural.

Começamos por mostrar o levantamento de estabelecimentos hoteleiros em Guimarães:

	<b>Tipologia</b>	<b>Classificação</b>	<b>Proximidade do centro</b>	<b>Nº Quartos</b>
<b>Hotel de Guimarães</b>	Hotel	****	No centro	160
<b>Hotel Mestre de Avis</b>	Hotel	**	No centro	16
<b>Pousada de Guimarães, Santa Marinha</b>	Pousada	-	A 9 km do centro	51
<b>S. Mamede Hotel</b>	Hotel	*	No centro	15
<b>Hotel Dom João IV</b>	Hotel	**	A 600 m do centro	14
<b>Open Village Sports Hotel &amp; Spa Club</b>	Hotel	****	A 3 km do centro	51
<b>Hotel da Penha</b>	Hotel	**	A 3 km do centro	13
<b>Hotel da Oliveira</b>	Hotel	****	No centro	20
<b>Villa Hotel Guimarães</b>	Hotel	****	No centro	47
<b>Hotel Toural</b>	Hotel	****	No centro	30
<b>Hotel Fundador</b>	Hotel	***	A 1 km do centro	70
<b>Guimarães Studios Lounge</b>	Aparthotel	-	No centro	11
<b>Palmeiras</b>	Albergaria	-	No centro	25
<b>Hotel Ibis Guimarães</b>	Hotel	**	A 1 km do centro	67
<b>Guest House Vimaranes</b>	Guest House	-	No centro	4
<b>Casa da Espinhosa</b>	Bed and Breakfast	-	A 1 km do centro	1
<b>Hotel Vila Marita</b>	Hotel	**	A 3 km do centro	18
<b>Santiago 31 Hostel</b>	Hostel	-	No centro	6
<b>G Guest House</b>	Guest House	-	No centro	3
<b>Hostel Prime Guimarães</b>	Hostel	-	No centro	40
<b>Residencial do Paço</b>	Residencial	-	A 3 km do centro	11
<b>My Hostel</b>	Hostel	-	No centro	8
<b>TmHostel 2</b>	Hostel	-	No centro	11
<b>Casa de Sezim</b>	Pousada	-	A 3 km do centro	8
<b>Hostel Vimaranes</b>	Hostel	-	A 1 km do centro	4
<b>Hotel das Taipas</b>	Hotel	***	No centro	33
<b>Quinta do Pinhô</b>	Turismo Rural	-	A 5 km do centro	4
<b>Camelia Hotel &amp; Homes</b>	Hotel	****	A 3 km do centro	27
<b>Apartamentos Turísticos Encosta do Paraíso</b>	Aparthotel	****	A 7 km do centro	10
<b>Quinta Eira do Sol</b>	Alojamento Local	-	A 10 km do centro	9
<b>TmHostel 1</b>	Hostel	-	No centro	14
<b>Alojamento Local Porta 51</b>	Alojamento Local	-	No centro	3
<b>Casa do Arco</b>	Alojamento Local	-	No centro	2
<b>Alojamento Local F&amp;B</b>	Alojamento Local	-	No centro	2
<b>Quinta da Cancela</b>	Alojamento	-	A 10 km do centro	5

	Local			
<b>Alojamento Local FA</b>	Alojamento Local	-	No centro	3
<b>Pousada da Juventude</b>	Pousada	-	No centro	20

FONTE: Pesquisa elaborada pela própria, através dos sites de cada estabelecimento

**Tabela 17 - Oferta de estabelecimentos hoteleiros em Guimarães**

Ao fazer o levantamento dos estabelecimentos hoteleiros em Guimarães são encontrados 37 estabelecimentos presentes na cidade ou nos seus arredores mais próximos. Dos estabelecimentos acima observados, sete foram abertos o ano passado, sendo que cinco são todos os *hostels* atualmente existentes na cidade e o sétimo é o hotel de quatro estrelas Open Village Sports Hotel & Spa Club. E dois dos estabelecimentos foram inaugurados já este ano, em 2013: o Guimarães Studios Lounge e o Hotel da Oliveira. Para além das unidades que constam na tabela acima, o concelho de Guimarães inaugurou mais cinco unidades, duas de turismo no espaço rural e outras três de alojamento local, mas que não considere pertinente visto não abrangerem a área central de Guimarães.

### Museus

- Museu de Alberto Sampaio
- Paço dos Duques de Bragança
- Sociedade Martins Sarmento / Museu Arqueológico Martins Sarmento
- Museu da Cultura Castreja
- Museu Convento Santo António dos Capuchos
- Centro Cultural Vila Flor
- Museu da Agricultura de Fermentões
- Museu da Vila de S.Torcató
- Museu de Arte Contemporânea

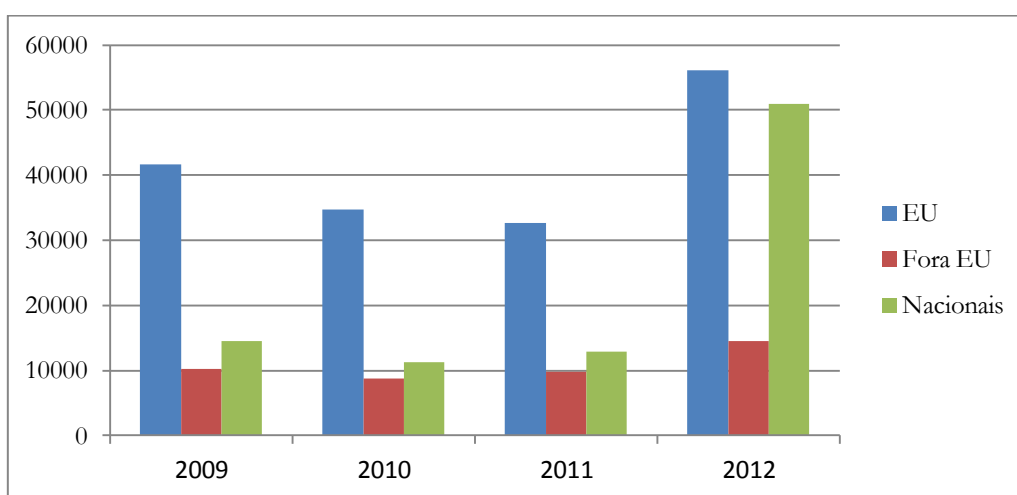
De acordo com dados fornecidos pela Câmara Municipal de Guimarães, os museus da cidade foram locais muito procurados em 2012. O Paço dos Duques de Bragança e o Museu Alberto Sampaio receberam mais de meio milhão de visitas, representando um crescimento de quase 61% face à média dos três anos anteriores.

Em 2012 o total de visitantes ao Paço dos Duques de Bragança foi de 435.654, o que fez com que fosse o terceiro monumento mais procurado a nível nacional durante esse ano, logo a seguir ao Mosteiro dos Jerónimos e à Torre de Belém.

Ao contrário da tendência observada no resto do país, em que o número de visitas no geral sofreu um decréscimo, o Paço dos Duques de Bragança contrariou e foi dos poucos museus sob a alçada do Instituto dos Museus e da Conservação a aumentar exponencialmente o seu fluxo, através do seu grande número de visitas ao longo do ano, devido acima de tudo à CEC.

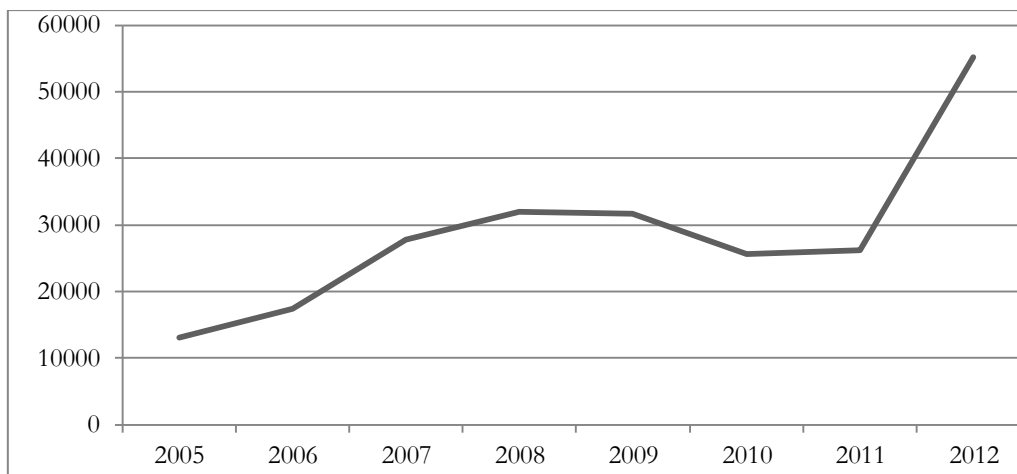
No ano de 2012, foi registado um forte crescimento da procura turística em Guimarães, isto pode ser confirmado pelos indicadores de procura indireta recolhidos pelo Serviço de Turismo da Câmara Municipal de Guimarães (STCMG).

Nas figuras que se encontram abaixo, podemos confirmar que o número de visitantes que se dirigiu aos postos de turismo cresceu em 106,7%, relativamente à média dos três anos anteriores. E no ano de 2012 há um grande aumento de visitantes nacionais, mas sobretudo visitantes pertencentes à União Europeia e até mesmo se nota um ligeiro aumento de visitantes aos postos de turismo provenientes de países fora da União Europeia.



Fonte: STCMG

**Figura 9 - Visitantes aos postos de turismo por origem, 2009 a 2012**



Fonte: STCMG

**Figura 10 - Visitantes aos postos de turismo, 2005 a 2012**

Tal como foi estudado mais acima, Guimarães possui uma diversificada oferta hoteleira, que abrange hotéis, pousadas, unidades em espaço rural, *guest houses* e os recentemente inaugurados *hostels*. Entre o ano de 2011 e de 2012 houve sem dúvida um incremento na procura turística, a todos os níveis. Para além dos dados que constam abaixo, em 2011 abriram 2 unidades de alojamento local, em 2012 foram inauguradas 2 unidades de turismo no espaço rural e 10 unidades de alojamento local. Este aumento da oferta turística ajudou a receber o aumento do número de turistas no ano de 2012.

Indicador	2011	2012	Variação 2011/2012
<b>Quartos Vendidos</b>	78.022	106.241	36%
<b>Número de hóspedes</b>	92.802	119.861	29%
<b>Dormidas</b>	145.357	208.021	43%
<b>Receitas (milhões €)</b>	4,28	5,85	36%
<b>Estada média</b>	1,57	1,74	11%
<b>Taxa Ocupação por quarto</b>	41%	55%	34%
<b>Taxa Ocupação por cama</b>	30%	36%	20%
<b>Preço médio por quarto</b>	54,91€	55,04€	0,23%
<b>RevPar</b>	22,70€	30,28€	33%

Fonte: IPDT

**Tabela 18- Indicadores da procura hoteleira em Guimarães**

De acordo com inquéritos realizados pelo IPDT, o número de quartos vendidos aumentou em 36% do ano de 2011 para o ano de 2012. O número de hóspedes na cidade aumentou em 29% de um ano para o outro e no número de dormidas houve uma variação de 43%, visto que o número de hóspedes tenha aumentado menos que o número de dormidas, significa que houve uma aumento na estada média, como tal, esta teve uma variação de 11%, sendo que durante o ano da CEC o número de noites rondava 1,74 noites. No que toca à ocupação hoteleira, a taxa de ocupação por quarto em 2012 ultrapassou em 14% a verificada em 2011. E a taxa de ocupação por cama teve uma variação de 20%, situando-se em 2012 em cerca de 36%.

O preço médio por quarto foi aquele que notou uma menor variação, ficando-se por 0,23% de variação de 2011 para 2012.

Desta forma, segundo a Câmara Municipal de Guimarães estima-se que, em 2012, as receitas dos estabelecimentos hoteleiros tenham ascendido a 8,8 milhões de euros, tendo aumentado cerca de 2,3 milhões de euros em relação a 2011.

A Guimarães 2012 rendeu 85 milhões de euros de receitas para Portugal, de acordo com o estudo realizado pela Universidade do Minho. O estudo aponta para receitas fiscais que rondam 30,8 milhões de euros, mais 3,6 milhões do que o investimento público realizado para o projeto, como tal o evento “não constituiu um ónus financeiro para o Estado português, contribuindo adicionalmente para minorar o impacto da recessão económica na região envolvente” de acordo com João Serra.

Para João Serra, o presidente da já extinguida Fundação Cidade de Guimarães, “os resultados apresentado revelam um valor excelente, mas não refletem o sucesso total (...) o maior sucesso de Guimarães 2012 foi o fortíssimo envolvimento da comunidade”.

Apesar de no final os indicadores económicos serem “muito positivos”, Serra diz que o projeto teve algumas falhas que poderiam ter posto em risco o sucesso do evento.

No entanto os resultados finais falam por si, a investigação aponta que dois em cada três vimaranenses foram a pelo menos um evento que decorreu durante o CEC e



que o símbolo da cidade, o coração, “foi totalmente adotado por toda a cidade” estando presente em cada loja, cada café, cada cabeleireiro, em cada rua encontramos o coração que orgulha os cidadãos de Guimarães deste evento.

Na preparação da Guimarães 2012 foi apontada a escassa oferta hoteleira, pelos responsáveis autárquicos, pois só existiam 1300 camas disponíveis na cidade. A compensação dessa falta chegou com a abertura dos *hostels* na cidade

Quanto ao comércio, o estudo da Universidade do Minho revela que um em cada cinco empresários diz ter feito investimentos no seu negócio, de forma a receber a CEC e afirmam que “houve um aumento no volume de negócios em 2012, face a 2011, para quase 80%”.

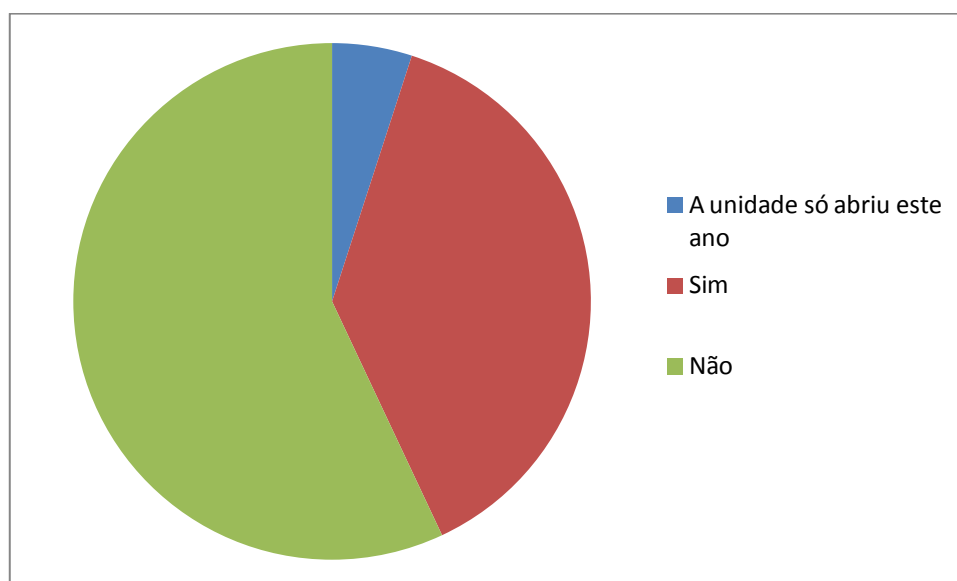
### 3.4. Entrevistas exploratórias e resultados

“A cidade ganhou um novo fogo, uma dinâmica nova.”

*by* Sr. Vitor Marques, Turismo de Guimarães

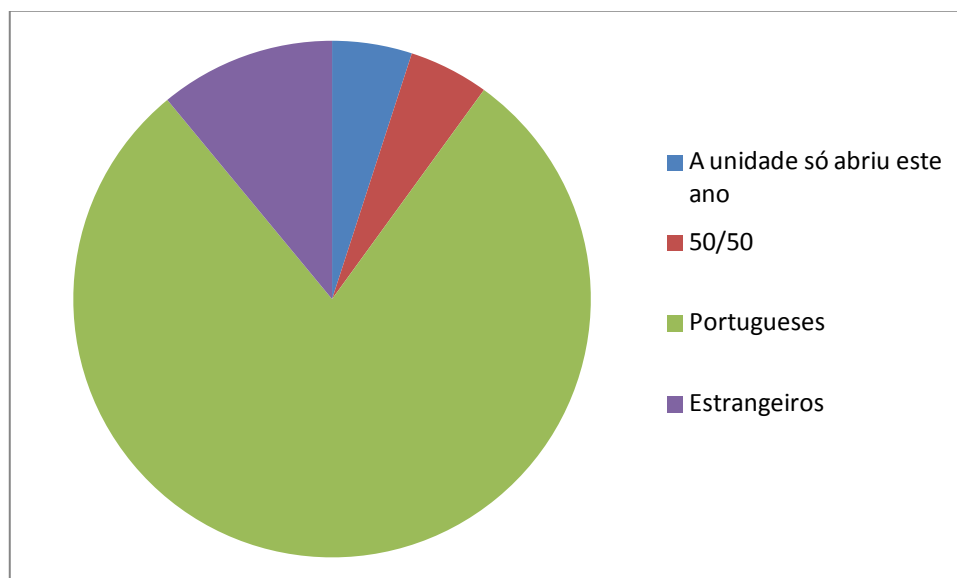
De seguida transcrevo as perguntas realizadas aos estabelecimentos hoteleiros e respetivos resultados. Não podemos deixar de notar que as unidades hoteleiras inauguradas este ano não interessam para as conclusões.

- Foi feito algum investimento ou remodelação no seu estabelecimento com o propósito de receber a CEC?



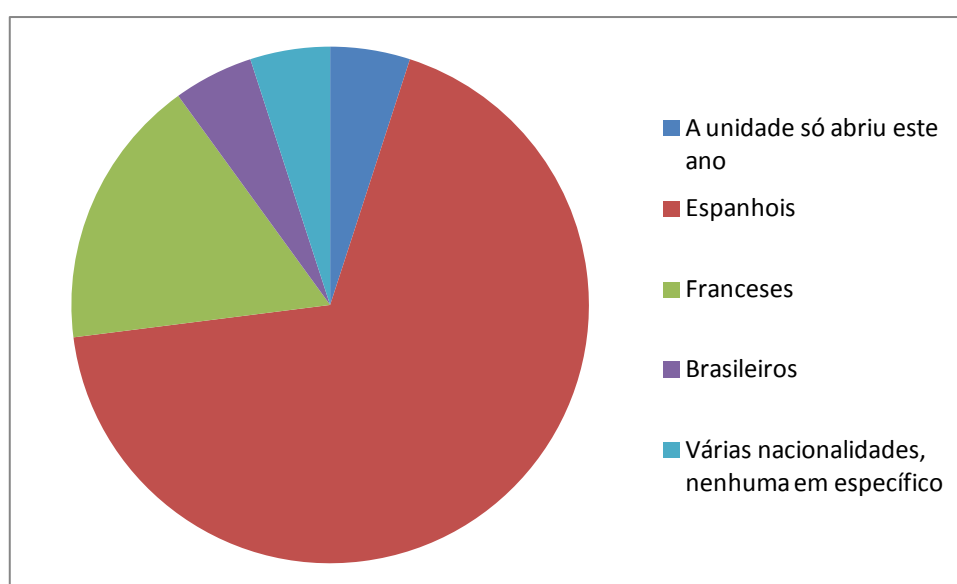
A grande maioria das unidades não efetuou qualquer investimento ou remodelação (57%), no entanto, uma parte significativa ainda fez algum investimento, mesmo que pequeno (38%).

- O seu estabelecimento durante a CEC, foi mais procurado por portugueses ou estrangeiros?



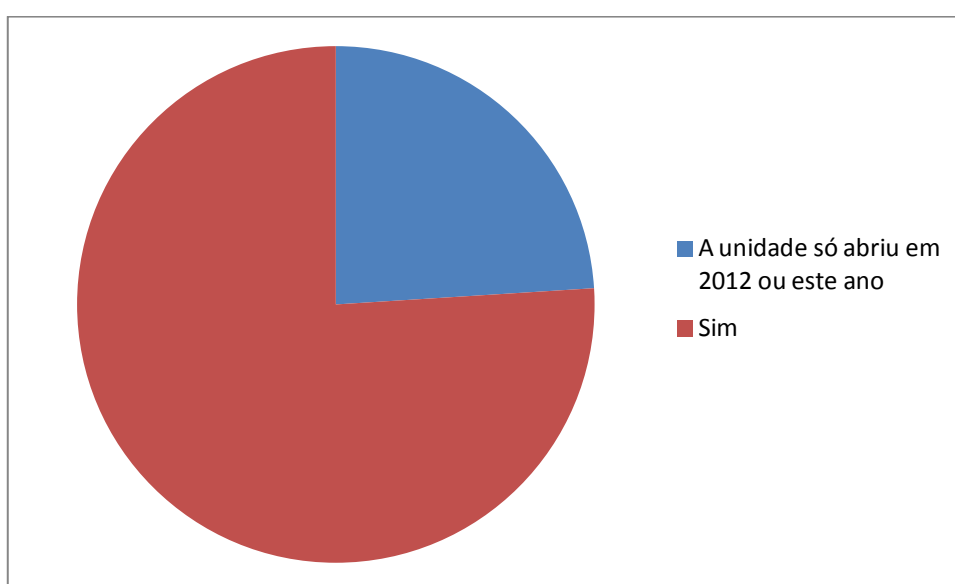
No panorama geral as unidades hoteleiras foram mais procuradas por portugueses que estrangeiros (79%), sendo que em algumas unidades foram estrangeiros que mais procuraram a unidade para pernoitar (11%), algumas entidades (5%) afirmam que foram procurados de igual forma por estrangeiros e portugueses.

- Dentro dos estrangeiros qual a nacionalidade que mais frequentou o hotel?



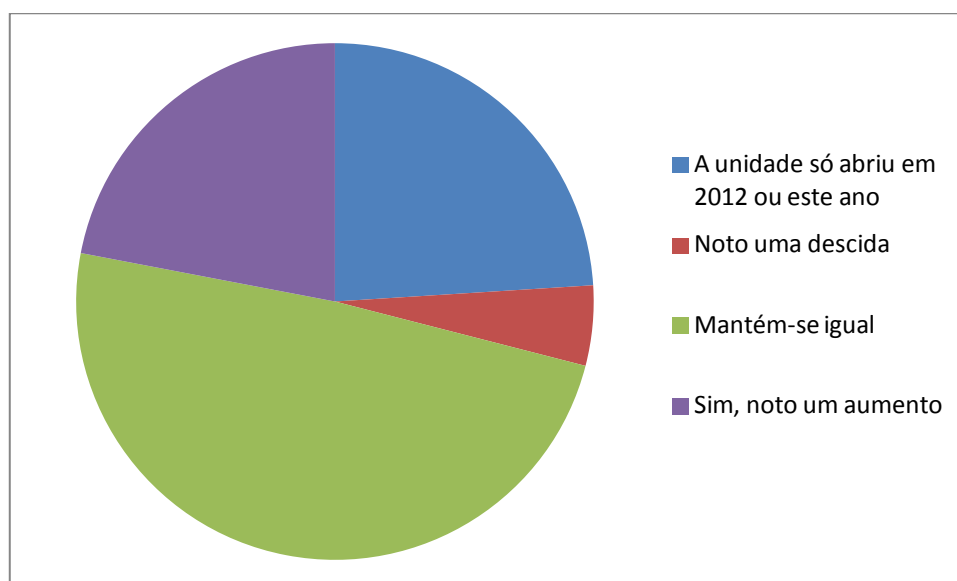
Sem dúvida que a nacionalidade que mais se destaca é a espanhola (68%), apesar dos franceses também procurarem a cidade de Guimarães durante a CEC (17%), os brasileiros começam igualmente a surgir no nosso mercado (5%).

- Nota que tenha ocorrido um aumento do número de dormidas no seu estabelecimento em 2012?



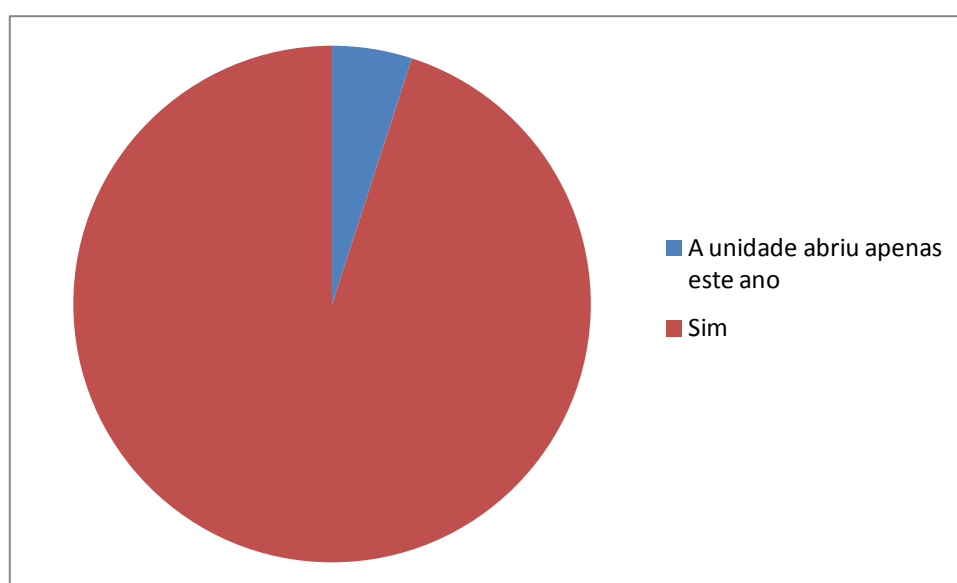
Claramente as unidades notaram um aumento de dormidas durante a CEC (76%), sendo que podemos ver esta percentagem como 100%, dado que os restantes 24% correspondem a unidades que só abriram em 2012 ou 2013 e que como tal não dispõem de termo de comparação.

- E se compararmos o ano de 2011 e o de 2013, nota algum aumento?



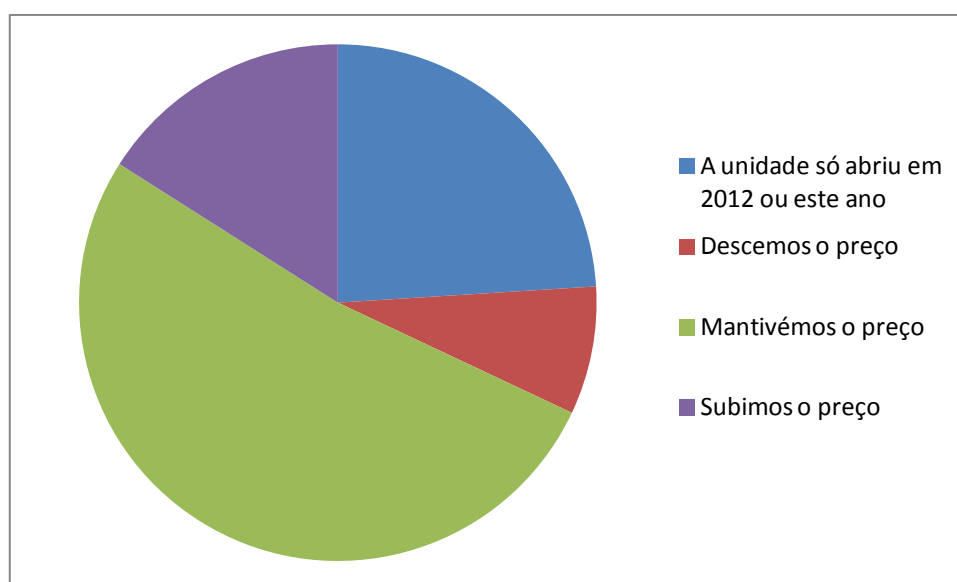
No que toca à comparação do ano de 2011, com o ano de 2013 no geral as unidades consideram a procura/número de dormidas muito semelhante (49%), sendo que algumas unidades notaram um certo aumento (22%) e uma pequena parte nota uma descida na procura pela unidade (5%).

- De forma geral a CEC influenciou a procura turística do seu estabelecimento?



Mais uma vez todas as unidades hoteleiras afirmam que a CEC influenciou a procura turística do estabelecimento (95%). Correspondendo a uma percentagem de 100%, dado que os restantes 5% correspondem a unidades que só abriram em 2013 e que como tal nem sequer ainda tinham sido inauguradas por altura da CEC.

- De que forma a CEC influenciou durante o ano de 2012 o preço médio por quarto vendido?



Falando de preço médio por quarto vendido, a grande maioria das unidades manteve o preço no decorrer da CEC (52%), no entanto algumas optaram por aumentar o preço médio (16%), enquanto que outras unidades optaram pela estratégia de diminuir o preço médio (8%).

Analisando estes resultados, notamos claramente a grande influência que a CEC teve para as unidades hoteleiras durante o ano de 2012, no entanto já notamos uma menor influência este ano, apesar de todas as vantagens no decorrer de 2012.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os efeitos turísticos da CEC são muito heterogêneos, através dos resultados observados concluímos que a Capital Europeia da Cultura em Guimarães 2012 revelou um impacto muito positivo. Este impacto foi notado não só a nível turístico mas acima de tudo da revitalização urbana, mantendo as tradições e aproveitando a vantagem competitiva do património histórico da cidade e de toda a envolvente do centro histórico da cidade.

No que diz respeito ao turismo em Guimarães, o ano de 2012 registou um forte incremento na procura, motivado pela CEC. O número de visitantes nos postos de turismo aumentou em mais de 105%, em comparação com os 3 anos anteriores, ultrapassando os 120.000 visitantes. O número de visitantes estrangeiros cresceu mais de 50%, ultrapassando os 70.000, e o de visitantes nacionais aumentou cerca de 300%, ultrapassando a barreira dos 50.000. O Museu Alberto Sampaio e o Paço dos Duques de Bragança receberam mais de 500.000 visitas e o segundo teve nos três primeiros monumentos mais visitados em Portugal durante o ano de 2012. Estes tiveram um aumento de 60% face aos três anos anteriores.

O número de quartos vendidos na cidade aumentou no ano de 2012 face a 2011 em 36%. O número de hóspedes foi aumentado em 29% e o número de dormidas foi aumentado em 43%. No que toca à ocupação hoteleira, a taxa de ocupação durante a CEC ultrapassou em 14% o ano de 2011. Quanto à taxa de ocupação por cama aumentou em 20% em relação ao ano precedente.

Não se pode deixar de referir os elementos simbólicos de Guimarães 2012, que têm em conta a dimensão identitária da cidade: o “coração” inspirado no castelo e o fundador D. Afonso Henriques e a forma como este vem materializar o vínculo afetivo dos vimaranenses à sua história e ao seu património; e o slogan “Tu fazes parte” são as palavras que os habitantes de Guimarães queriam ouvir, demonstrando a sua vontade de participar, de mostrar o seu património, de acolher, de protagonizar um evento único.

Guimarães é uma cidade de pequena e média dimensão, em que a Capital Europeia da Cultura desempenhou um papel importante, na valorização do património, na transformação da estrutura urbana, na revitalização da cidade, através da promoção do património e explorando a ligação entre a cidade, a cultura e o turismo.

A Capital Europeia da Cultura foi um momento único e especial para Guimarães, que é desde 2001 classificada como Património Mundial pela UNESCO.

Como vamos avaliar as consequências e qual vai ser o futuro de Guimarães?

Para já podemos afirmar que houve uma melhoria na qualidade de vida da cidade e que houve um impacto junto da comunidade local, um impacto social influenciado pelo envolvimento que a CEC deu aos seus cidadãos, dando a oportunidade de “fazerem parte do evento” e de se envolverem com a dinâmica e manifestações culturais na cidade.

Foi dada a importância merecida ao património histórico do berço da nação e ao mesmo tempo foi dado um novo papel à cultura na cidade.

A aposta na revitalização urbana, na requalificação e na construção de novos espaços culturais surge como uma **marca** da CEC. Foram produzidos muitos elementos e obras de qualidade, cumprindo prazos. Ajudou o facto da maior parte das infraestruturas já existirem em Guimarães e os investimentos estarem há anos previstos nos programas da autarquia.

Num ano Guimarães mudou, cresceu, compôs a sua imagem e renovou a sua identidade.

É esperado que a partir de agora sejam integrados os espaços públicos e as infraestruturas criadas para a CEC, e que prevalência dos equipamentos culturais seja rentável e valorizada, utilizando-as para eventos, congressos e manifestações culturais futuras.

Os desafios para o futuro, num quadro como o atual, de crise económica e social e de diminuição do investimento público, particularmente àqueles destinados às artes e cultura. Alguns dos grandes desafios serão:



- ❖ Capitalizar a expectativa e canais gerados pela CEC de forma a manter a mobilização da população para novos projetos, agora num tamanho menor;
- ❖ Garantir a articulação entre os protagonistas na cultura e criatividade, mas criando o acesso a novos públicos, agentes e criadores;
- ❖ Dar continuidade ao trabalho de descentralização e de ligação com as periferias, por forma a incorporar as comunidades rurais e circulação de tradições
- ❖ Potenciar a ligação dos públicos, residentes e não residentes, aos novos equipamentos: a Plataforma das Artes e da Criatividade e o Centro Internacional das Artes José de Guimarães.

A cidade deve continuar a apostar em megaeventos e manifestações culturais, deve-se continuar a focar no turismo cultural, mas não só, deve ser dado ênfase ao turismo cultural urbano e ao turismo de negócios, que como já foi visto existe este grande potencial na cidade.

Podemos observar que essa aposta na criação de megaeventos continua, sendo que este ano está decorrer a Cidade Europeia do Desporto 2013, em Guimarães.

Um dos focos que a cidade de Guimarães também se deverá virar é para o turismo de saúde, este é um nicho de mercado que está em crescimento acelerado a nível mundial. Guimarães abrange uma zona com importantes serviços de saúde, que inclui para além do Hospital Privado de Guimarães, a Casa de Saúde de Guimarães, as Clínicas Médicas de Pevidém, Taipas, Urgezes e Vizela e o ClHotel de Gaia. Os doentes estrangeiros são um novo mercado para os hospitais privados, sendo este um negócio que nos dias de hoje movimenta milhões de euros. Não podemos deixar de notar a existência de uma rede de unidade geriátrica como a Camélia Hotel Senior & Homes, em Guimarães, que está na primeira linha da resposta a novos paradigmas da saúde em Portugal. Tal como não podemos deixar passar ao lado, o facto de se estimar que as pessoas com mais de 65 anos de idade serão mais de um terço da população portuguesa em 2050.

O ideal será combinar todas estas tipologias de turismo, de forma a atrair o máximo de visitantes e investidores possível.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 94, S. L., 1994. *Capital Europeia da Cultura - Memória Fotográfica*. Lisboa: Planeta Agostini.
- Abad, C. J. P., s.d. *Turismo y Patrimonio Industrial*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Barretto, M., 2006. *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. 17ª ed. São Paulo: Papirus Editora.
- Batista, A., 2008. *O turismo e a cultura enquanto estratégias de regeneração de centros históricos. O caso de Alcácer do Sal*. Aveiro, Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro.
- Batista, C. M., 2005. Memória e Identidade: Aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural. *Caderno Virtual de Turismo*, Volume 5, p. 7.
- Briassoulis, H. & van der Straaten, J., 2000. *Tourism and the Environment: Regional, Economic, Cultural and Policy Issues*. 2ª ed. Dordrecht: Springer.
- Bucho, D. J. C. A., 2010. *Património, Animação e Turismo*. 1ª ed. Portalegre: Instituto Politécnico de Portalegre.
- C.E., 1997. Tourism and environment.. *Series "Questions and Answers"*, nº3(Council of Europe, Strasbourg).
- Carvalho, N. V. d., 2006. *"Cultura Urbana e Globalização, Biblioteca Online de Ciência da Comunicação"*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Communities, C. o. t. E., 23.11.2005. *Cohesion Policy and cities: the urban contribution to growth and jobs in the regions*. Bruxelas, Directorate General for Regional Policy.
- Corte, D. P., Janeiro de 2012. *O papel da Capital Europeia da Cultura Guimarães 2012: fator de atração do turista espanhol - Dissertação de Mestrado em Marketing e Gestão Estratégica*, Guimarães: Universidade do Minho - Escola de Economia e Gestão.

- Costa, C., 2005. Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo. *Análise Social, Vol. XL*, pp. 279-295.
- Costa, C., 2005. Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). *Análise Social, Volume XI*, pp. 279-295.
- Cruz, G. D., 2006. *A Construção da Imagem de Marca dos Destinos Turísticos Através de seu Patrimônio Cultural Intangível*. Caxias do Sul, IV SeminTUR - Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, Universidade de Caxias do Sul - Mestrado em Turismo.
- Cultura, G. d. P. -. S. d. E. d., 2013. *Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico*. [Online]  
Available at: <http://www.igespar.pt/pt/>  
[Acedido em 15 Outubro 2013].
- Curado, H. C., 1996. Cultural Tourism in Europe, Capítulo 14. In: G. Richards, ed. *Cultural Tourism in Europe*. Waligford: ATLAS, pp. 249-265.
- De La Torre, O., 1992. *El Turismo, Fenómeno Social*. 1ª ed. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Digital, C. N., 2013. *Condé Nast Traveller*. [Online]  
Available at: <http://www.cntraveller.com/>  
[Acedido em 22 Setembro 2013].
- Dominguez, Y. e., s.d. *Potencialidades del Turismo Cultural para el desarrollo turístico en las ciudades*. [Online]  
Available at: <http://www.monografias.com>  
[Acedido em 17 Agosto 2013].
- Europeia, C., 1997. *Para uma agenda urbana da UE*, Bruxelas: s.n.
- Ferreira, A., 2003. *O turismo como propiciador da regeneração dos centros históricos. O caso de Faro..* Aveiro, Tese de Doutoramento. Universidade de Aveiro.

Ferreira, A., 2007. *O Evento FCNC 2005 e o Turismo*. Faro, Universidade do Algarve, Escola Superior de Gestão e Hotelaria e Turismo, centro de Estudos da ESGHT.

Ferreira, C., 2004. "Grandes eventos e revitalização cultural das cidades". *Revista Territórios do Turismo*, nº 2(Porto), pp. 9. 20-21.

Fortuna, C., 2001. Introdução. Sociologia, cultura urbana e globalização. *Cidade, cultura e globalização*, Oeiras.

Fyall, A. L. a. A., 2006. *Managing world heritage sites*. 1ª ed. Burlington: Elsevier.

Getz, D., 1997. *Event Management an Event Tourism*. s.l.:Cognizant Communication Corp..

Getz, D., 2007. *Event Studies - Theory, research and policy for planned events*. 1ª ed. Burlington: Elsevier.

Group, G., 2012. *Estudo de Satisfação de Turistas - Agosto 2012*, s.l.: GfK Group.

Guimarães, C. M. d., 2013. *Município de Guimarães*. [Online]  
Available at: <http://www.cm-guimaraes.pt/PageGen.aspx>  
[Acedido em 30 Setembro 2013].

Guimarães, F. C. d., 2013. *Guimarães 2012 - Capital Europeia da Cultura*. [Online]  
Available at: <http://www.guimaraes2012.pt/>  
[Acedido em 8 Julho 2013].

Hitters, E., s.d. "*Porto and Rotterdam as European Capitals of Culture: toward the festivalization of urban cultural policy*". s.l.:s.n.

ICOMOS, Outubro de 1999. *Carta Internacional do Turismo Cultural*. 12ª Assembleia Geral no México, Centro de Documentação da UNESCO - ICOMOS.

Ignarra, L., 2001. *Fundamentos do turismo*. s.l.:Editora Pioneira.

Marques, V. C., Outubro de 2011. *Turismo Cultural em Guimarães - O perfil e as motivações do visitante - Tese de Mestrado em Património e Turismo Cultural*, Minho: Universidade do Minho - Instituto de Ciências Sociais.

- Mathieson, A. & Wall, G., 1982. *Tourism: economic, physical, and social impacts*. London: Longman.
- Mckercher, B. & du Cros, H., 2002. *Cultural Tourism - The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. 1ª ed. Binghamton: The Haworth Hospitality Press.
- Minho, U. d., Junho de 2013. *Impactos, Económicos e Sociais - Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura*, Guimarães: Universidade do Minho.
- Moletta, V. F., 1998. *Turismo Cultural*. Porto Alegre: SEBRAE/RS.
- Munsters, W. J., 2004. *Culture x Tourism: merely a marriage of convenience?*. Maastricht: W. J. Munsters.
- Murphy, P. E., 1985. *Tourism: A Community Approach*. Methuen: Routledge.
- Organization, I. a. W. T., 1993. *Tourism at World Heritage Cultural Sites - The Site Manager's Handbook*. Madrid, Espanha, World Tourism Organization.
- Palma, J. B., 1991. *O papel do turismo cultural no quadro do desenvolvimento turístico..* Angra do Heroísmo, Comunicações do II Encontro, Turismo e Cultura.
- Peixoto, P. v., 2001. "As cidades e os processos de patrimonialização". *Cidade e Metrópole - Centralidades e Marginalidades*.
- Pelicano, J. B., 2009. *Festivais de Música - perfil do consumidor e determinantes dos padrões de consumo*, Aveiro: Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro.
- Portugal, G. d., 2013. *Turismo de Portugal*. [Online]  
Available at:  
<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/Pages/Homepage.aspx>  
[Acedido em 16 Fevereiro 2013].
- Portugal, T. d., 2012. *Roteiros turísticos do Património Mundial - No norte de Portugal*, s.l.: Turismo de Portugal.

- Portugal, T. d. P. e. N. d., 2013. *Turismo do Porto e Norte*. [Online]  
Available at: [www.portoenorte.pt](http://www.portoenorte.pt)  
[Acedido em 8 Julho 2013].
- Proceedings, W. T. O. C., 11-13 Dezembro 2000. *Cultural Heritage and Tourism Development - A Report on the International Conference on Cultural Tourism*, Madrid: World Tourism Organization.
- Rabaça, C. A. & Barbosa, G. G., 1987. *Dicionário de Comunicação*. São Paulo: Ática.
- Ribeiro, S. & Ferreira, L., 2009. As festas populares urbanas: eventos turísticos especiais. *Revista Científica Percurso & Ideias, ISCET*, Volume nº1 - 2ª série.
- Richards, G., 2007. *Cultural Tourism - Global and Local Perspectives*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Richards, G., Hitters, E. & Fernandes, C., 2002. *Rotterdam and Porto, Cltural Capitals 2001: visitor research*, Arnhem: Association for Tourism and Leisure Education.
- Ritchie, J. R. B. & Goeldner, C. R., 1994. *Travel, tourism, and hospitality research: A handbook for managers and researchers*. 2ª ed. New York: Wiley.
- Seaton, A. & Bennett, M., 1996. *Marketing Tourism Products - Concepts, Issues, Cases*. Londres: CENGAGE.
- Seixas, J., 2010. *Os Mega Eventos na Cidade - Imagética Social, Política, Económica e Governança Urbana*. Lisboa, Universidade de Lisboa.
- Sigala, M. & Leslie, D., 2005. *International Cultural Tourism*. Burlington: Elsevier.
- Silberberg, T., 1995. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(nº5).
- Silberberg, T., 1995. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Mangement*, Volume 16, p. nº 5.

- Smith, M. & Forest, K., 2009. Enhancing Vitality or Compromising Integrity? Festivals, Tourism and the Complexities of performing culture. *Festivals, Tourism and Social Change - Remaking Worlds*, Issue Editores Picard e Robinson, p. 133+151.
- Smith, M. K., 2003. *Issues in Cultural Tourism Studies*. Oxon: Routledge.
- Smith, V. L., 1989. *Hosts and Guests - The Anthropology of Tourism*. 2ª ed. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Swarbrooke, J., 1998. *Heritage, Cultura and Community: Four International Case Studies*, Tilburg University: ATLAS.
- Timothy, D. J. & Boyd, S. W., 2003. *Heritage Tourism*. 1ª ed. Essex: Pearson Education.
- Tunbridge, G. J. A. a. J., 2000. *The Tourist - Historic City - Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City*. 2ª ed. Oxford: Pergamon.
- United Nations Population Fund, S. o. W. P., 2007. *Unleashing the Potential of Urban Growth*. New York: s.n.
- UNWTO, 2012. *Tourism and Intangible Cultural Heritage*. 1ª ed. Madrid: UNWTO.
- UNWTO, W. T. O., 2013. *Organização Mundial do Turismo*. [Online]  
Available at: <http://www2.unwto.org/>  
[Acedido em 8 Junho 2013].

## **ANEXOS**

### **Anexo 1 – Entrevistas**

#### **Entrevista aos estabelecimentos hoteleiros:**

- Foi feito algum investimento ou remodelação no seu estabelecimento com o propósito de receber a CEC?
- O seu estabelecimento durante a CEC, foi mais procurado por portugueses ou estrangeiros? Dentro dos estrangeiros qual a nacionalidade que mais frequentou o hotel?
- Nota que tenha ocorrido um aumento do número de dormidas no seu estabelecimento em 2012? E se compararmos o ano de 2011 e o de 2013?
- De forma geral a CEC influenciou a procura turística do seu estabelecimento?
- De que forma a CEC influenciou durante o ano de 2012 o preço médio por quarto vendido?

#### **Entrevista à organização:**

- Quando foi iniciado o processo de candidatura a CEC?
- Foi um processo moroso?
- Houve muita pesquisa de eventos anteriores para abraçar um projeto como este?
- Qual o propósito da criação da Fundação Cidade de Guimarães?
- Quando ganharam a candidatura, por onde começaram?
- Qual a duração do período desde que fizeram a candidatura até ao início do evento em si?
- Quais as preparações no terreno antes de dar início ao evento?
- Qual o tipo de colaboração/apoio/financiamento que o Governo de Portugal (Secretário de Estado da Cultura) e a União Europeia manteve convosco?
- Beneficiaram de algum programa?
- De que forma interagiu o Turismo de Portugal com a CEC?
- Como esteve envolvida a Câmara Municipal de Guimarães?
- Qual o papel da instituição Novo Norte?
- De que forma foi feito o patrocínio por parte da FNAC?
- Quais as empresas locais que organizaram/participaram nos eventos que decorreram ao longo do ano? Foi benéfica essa participação?
- Quem deu e dá a cara pelo evento?
- Como acha que foi o envolvimento local durante a CEC?
- E o envolvimento por parte de turistas portugueses? E estrangeiros?
- Qual pensa ser a perceção local quanto às estruturas criadas? Positiva?
- Considera muito importante para o futuro da cidade um evento com esta dimensão?



- Achas que a cultura tem um novo papel na cidade?

#### **Entrevista à Câmara Municipal de Guimarães:**

- Como se encontrava a cidade de Guimarães antes da CEC? Foi sentida a necessidade de virar a cidade de um lado industrial para um lado mais cultural?
- Qual o retorno para a cidade depois de um grande evento como a CEC?
- Quais as zonas/espacos na cidade que necessitavam claramente de ser recuperadas/renovadas?
- Houve um grande número de aberturas de novos estabelecimentos hoteleiros/de restauração/de comércio? E melhoria de infraestruturas, serviços ou equipamentos?

#### **Entrevista a Museus:**

- Qual o número de pessoas que entraram no museu nos anos 2010, 2011 e 2012?
- Notou uma maior afluência ao museu durante a CEC?
- No decorrer da CEC o museu foi mais procurado por portugueses ou estrangeiros? E dos estrangeiros que o visitaram, qual a nacionalidade que mais frequentou o museu?